EUROPESE
COMMISSIE

Brussel, 10.12.2015
COM(2015) 630 final

GROENBOEK

over financiële retaildiensten

Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en bedrijven

Groenboek over financiële retaildiensten

Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en bedrijven

Hoofdstuk 1 Een echte Europese markt voor financiële retaildiensten creëren

De eengemaakte markt van de Europese Unie en haar vier vrijheden[1] bieden grote kansen voor de burgers van de EU. Op gebieden waar de eengemaakte markt goed ontwikkeld is, zoals in de luchtvaart, profiteren 500 miljoen consumenten van de omvang van de concurrentie en kunnen we allemaal voordeel halen uit meer keuze, betere diensten en lagere prijzen. Het totstandbrengen van een diepere en eerlijkere eengemaakte markt is een van de prioriteiten van de Commissie van voorzitter Juncker.

Financiële retaildiensten bestaan uit diensten die essentieel zijn voor burgers. Met deze diensten kunnen we ons geld beheren, voor onze oude dag sparen, voor een huis of andere aankopen betalen en onszelf of onze eigendommen tegen gezondheidsproblemen of ongevallen verzekeren. Met het ontwikkelen van effectieve pan-Europese markten voor deze diensten wordt de keuze voor de consument verbeterd, kunnen succesvolle dienstverleners hun diensten in de EU aanbieden en worden nieuwkomers en innovatie ondersteund. En toch bestaan er nog geen echte pan-Europese markten voor financiële retaildiensten. Slechts een kleine minderheid van de aankopen van financiële retaildiensten is grensoverschrijdend. De binnenlandse markten hebben veel goede producten, maar consumenten vinden het moeilijk om producten in andere EU-lidstaten te kopen. Hierdoor blijft niet alleen de keuze beperkt. Uit onderzoek blijkt dat de prijzen in de EU vaak sterk variëren; in sommige lidstaten is een autoverzekering voor dezelfde klant twee keer zo duur als in andere lidstaten.

Digitalisering – de ontwikkeling van nieuwe bedrijfsmodellen en diensten door middel van technologie – maakt informatie toegankelijker voor potentiële consumenten. Daardoor is de fysieke locatie van de partijen bij een transactie minder belangrijk geworden. Digitalisering kan helpen de prijzen omlaag te brengen en de vergelijkbaarheid van producten te verbeteren waardoor de consument in zijn financiële keuzen wordt gesterkt. Op de lange termijn moet digitalisering bedrijven in staat stellen hun producten overal in de EU aan te bieden om zo de realiteit van een eengemaakte Europese markt dichterbij te brengen.

Het opbouwen van vertrouwen is essentieel om de eengemaakte markt op dit gebied uit te kunnen breiden: vertrouwen bij bedrijven dat ze grensoverschrijdend zaken kunnen doen en vertrouwen bij de consument dat zijn belangen worden beschermd als hij gebruikmaakt van een dienst over de grenzen heen. Om deze doelstellingen tot stand te brengen moeten diensten en producten begrijpelijk zijn, met andere woorden: informatie over hun functie, hun prijs en hoe ze zich tot andere producten verhouden, moet beschikbaar zijn op een manier die de consument kan begrijpen.

Voortbouwend op eerdere EU-maatregelen op dit gebied wordt in dit groenboek onderzocht wat er gedaan kan worden om ervoor te zorgen dat de eengemaakte markt voor financiële diensten concrete verbeteringen brengt in het leven van de mensen in de EU. Een verbeterde

[1] Het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU) garandeert vrij verkeer van goederen, kapitaal, diensten en personen binnen de EU.

markt voor financiële retaildiensten zou tevens nieuwe marktkansen creëren voor dienstverleners en daarmee de groei van de Europese economie en de werkgelegenheid stimuleren.

1.1 Doelstelling

Dit groenboek biedt een mogelijkheid om opmerkingen te maken over de manier waarop de Europese markt voor financiële retaildiensten – namelijk verzekeringen, leningen, betalingen, lopende rekeningen en spaarrekeningen en andere retailbeleggingen – verder kan worden opengesteld om betere resultaten voor consumenten en bedrijven tot stand te brengen en tegelijkertijd een toereikend niveau van consumenten- en beleggersbescherming te handhaven. Het beoogt een inventarisatie te maken van de specifieke belemmeringen die consumenten en bedrijven ondervinden wanneer ze volledig gebruik willen maken van de eengemaakte markt en van de manieren waarop deze belemmeringen kunnen worden ondervangen, onder meer door optimaal gebruik te maken van nieuwe technologie en met inachtneming van de nodige waarborgen. Het heeft ten doel het gemakkelijker te maken:

- voor bedrijven die in één EU-lidstaat gevestigd zijn om financiële retaildiensten in andere EU-lidstaten aan te bieden;
- voor de consument om financiële retaildiensten te kopen die in andere EU-lidstaten worden aangeboden; en
- voor burgers om hun financiële producten mee te nemen als ze naar een andere lidstaat verhuizen om te studeren, te werken of met pensioen te gaan – de zogenaamde "overdraagbaarheid".

Het groenboek dient om het debat op EU-niveau en op nationaal niveau te stimuleren. Het nodigt het Europees Parlement en de Raad, andere EU-instellingen, de nationale parlementen en alle belanghebbenden uit om voorstellen in te dienen over de mogelijke beleidsmaatregelen op de korte of langere termijn die nodig kunnen zijn om op dit gebied een goed functionerende en concurrerende Europese markt tot stand te brengen. Het onderzoekt daarom:

1) de huidige stand van de eengemaakte markt voor financiële retaildiensten en de recente trend van digitalisering (hoofdstuk 2); en
2) de behoefte aan maatregelen op EU-niveau of op nationaal niveau om de huidige belemmeringen voor consumenten en bedrijven voor grensoverschrijdend zakendoen te ondervangen (hoofdstuk 3).

1.2 Eerdere EU-maatregelen op het gebied van financiële retaildiensten

Het vertrouwen van de consument in de financiële sector en de financiële retaildiensten is afgenomen als gevolg van de financiële crisis en de reputatieschade die de financiële sector heeft geleden. Om het vertrouwen van de consument te herstellen en te helpen bij de uitbreiding van de eengemaakte markt heeft de EU onlangs een aantal wetgevingsmaatregelen genomen op het gebied van financiële retaildiensten. Sommige van deze initiatieven worden nog steeds op nationaal niveau uitgevoerd. Ze worden verder in dit groenboek besproken, maar omvatten:

- het in staat stellen van de consument om weloverwogen keuzen te maken door hogere transparantie-eisen te stellen en op sommige gebieden beter advies te geven vóór de verkoop van bepaalde financiële producten zoals betaalrekeningen, consumentenkredieten en hypothecaire kredieten, beleggingsproducten en verzekeringen;
- het stimuleren van de ontwikkeling van concurrerende markten voor betaalrekeningen door middel van een EU-breed recht op toegang tot elementaire betaalrekeningen, het verbieden van discriminatie op grond van woonplaats voor betaalrekeningen en het garanderen van toegang tot overstapdiensten voor betaalrekeningen op nationaal niveau;
- het verbeteren van de regels ter bescherming van de consument voor investeringen, hypothecair krediet en verzekeringen om de consument het vertrouwen te geven om aankopen te doen op binnenlandse en grensoverschrijdende markten;
- het faciliteren van de grensoverschrijdende distributie van verzekeringen en hypothecair krediet om de concurrentie te verbeteren.

Financiële retaildiensten zijn ook onderworpen aan een breed scala van eisen en regelgevingen op EU-niveau en op nationaal niveau met als doel de consument te beschermen en een eengemaakte EU-markt voor deze diensten te stimuleren. Deze omvatten sectordoorsnijdende eisen, zoals die ten aanzien van oneerlijke voorwaarden in consumentenovereenkomsten en oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens de consument[2], en sectorspecifieke wetgeving voor veel financiële producten en betalingsdiensten. De Commissie ziet nauwlettend toe op de uitvoering en handhaving van de bestaande wetgeving door de lidstaten en blijft de samenwerking tussen de nationale bevoegde autoriteiten bevorderen om te zorgen dat deze wetgeving in de hele EU doeltreffend is[3]. Het werk van de Europese toezichthoudende autoriteiten is in deze context ook relevant[4]. Naast dit werk bekijkt de Commissie regelmatig het regelgevingskader voor de sector voor financiële retaildiensten met als doel meer geïntegreerde, concurrerende en eerlijke markten voor financiële diensten te creëren[5].

---

[2] Zie bijvoorbeeld de richtlijn oneerlijke bedingen in overeenkomsten, Richtlijn 93/13/EEG van de Raad van 5 april 1993 betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten (PB L 95 van 21.4.1993, blz. 29) en de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad (PB L 149 van 11.6.2005, blz. 22).

[3] Een belangrijke tool is onder meer het netwerk voor samenwerking op het gebied van consumentenbescherming, dat is opgericht als onderdeel van de verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming – Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad van 27 oktober 2004 betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming (PB L 364 van 9.12.2004, blz. 1).

[4] De drie Europese toezichthoudende autoriteiten zijn de Europese Autoriteit voor effecten en markten (ESMA), de Europese Bankautoriteit (EBA) en de Europese Autoriteit voor verzekeringen en bedrijfspensioenen (Eiopa).

[5] Bijvoorbeeld het Actieplan Financiële diensten (1999) van de Commissie, de mededeling van de Commissie – Sectoraal onderzoek overeenkomstig artikel 17 van Verordening (EG) nr. 1/2003 naar de mededingingssituatie in de sector retailbanking (COM(2007) 33 def.), het groenboek over financiële diensten voor consumenten in de

1.3 Hoe dit groenboek in de algemene prioriteiten van de Commissie past

Deze raadpleging vormt een aanvulling op andere belangrijke werkzaamheden van de Commissie:

- *De digitale eengemaakte markt (DSM).* De DSM-strategie[6] beoogt onder andere ervoor te zorgen dat consumenten en bedrijven betere toegang hebben tot online goederen en diensten in heel Europa door het probleem van ongerechtvaardigd "geoblocking" (door de leverancier opgelegde beperkingen op de aankopen) aan te pakken. Daarnaast richt ze zich op de kwestie van het "gelijke speelveld" tussen verschillende dienstverleners en voorziet ze in een uitgebreide beoordeling van online platforms met een bijzondere nadruk op gegevensverwerking. Bovendien beoogt de DSM-strategie de technologische interoperabiliteit te verbeteren door normalisatie te ondersteunen. Dit is allemaal relevant voor maar niet specifiek verbonden aan de digitalisering van de financiële sector.
- *De kapitaalmarktenunie (KMU).* De KMU[7] heeft ten doel om door het opbouwen van een sterkere eengemaakte markt voor kapitaal bedrijven in de verschillende stadia van hun ontwikkeling meer financieringskeuzen te geven en spaarders en particuliere beleggers meer opties en betere rendementen te bieden.
- *De strategie voor de eengemaakte markt.* De strategie voor de eengemaakte markt[8] bestaat uit gerichte acties op drie belangrijke gebieden: creëren van kansen voor consumenten, professionals en bedrijven, stimuleren van modernisering en innovatie en zorgen voor een praktische uitvoering die nuttig is voor consumenten en bedrijven in hun dagelijks leven. Ze heeft ten doel grensoverschrijdende dienstverlening te vergemakkelijken en de belangrijkste belemmeringen voor zakelijke dienstverlening en in de bouwsector aan te pakken. De Commissie beoordeelt de marktontwikkelingen en neemt indien nodig maatregelen in verband met de verzekeringseisen voor verrichters van zakelijke diensten en dienstverrichters in de bouwsector.

Dit groenboek houdt rekening met andere, meer specifieke initiatieven van de Commissie en vult deze aan; het gaat bijvoorbeeld om de enquête over het regelgevingskader van de EU voor financiële diensten[9], de lopende werkzaamheden om belemmeringen in de verzekeringssector met betrekking tot het verbintenissenrecht weg te nemen[10], de beoordeling

interne markt (COM(2007) 226 def.) en het groenboek "Naar een geïntegreerde Europese markt voor kaart-, internet- en mobiele betalingen" (COM(2011) 941 definitief).

[6] Mededeling van de Commissie – Strategie voor een digitale eengemaakte markt voor Europa (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf).

[7] Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's – Actieplan voor de opbouw van een kapitaalmarktenunie, COM(2015) 468 final van 30.9.2015.

[8] Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's – De eengemaakte markt verbeteren: meer mogelijkheden voor mensen en ondernemingen, COM(2015) 550 final van 28.10.2015.

[9] Europese Commissie, Enquête over het regelgevingskader van de EU voor financiële diensten (http://ec.europa.eu/finance/consultations/2015/financial-regulatory-framework-review/docs/consultation-document_en.pdf).

[10] Voor meer informatie zie http://ec.europa.eu/justice/contract/insurance/index_en.htm

van de mogelijkheden van de richtlijn betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten[11] en het huidige sectorale onderzoek naar e-commerce[12].

Hoofdstuk 2 De huidige toestand van de markten voor financiële retaildiensten

2.1 Versnipperde markten en onvoldoende concurrentie

Er zijn grote verschillen in prijs en keuze tussen de EU-lidstaten. Sommige markten bieden weinig overstapproducten voor de consument waardoor bedrijven minder gestimuleerd worden om te concurreren. Daarnaast tonen de markten van sommige lidstaten een hoge concentratie van dienstverleners. De Europese markten voor financiële retaildiensten tonen ook weinig grensoverschrijdende activiteiten. Dit weerspiegelt in zekere mate culturele en nationale voorkeuren en de keuze van de consument. Niet alle consumenten willen hun financiële diensten over de grens kopen. Het is echter goed om na te gaan of meer kan worden gedaan om de versnippering te verminderen.

De toename van online aankopen biedt bedrijven aanzienlijke mogelijkheden voor dienstverlening op afstand aan klanten in andere lidstaten. Bovendien bestaat er een grote potentiële markt bij consumenten die mobiel zijn in de Europese Unie: 13,6 miljoen EU-burgers wonen in een andere dan hun eigen lidstaat en nog veel meer doen dit op een bepaald punt in hun leven[13]. Daarnaast woont 35 % van de Europese burgers in een regio die grenst aan een andere lidstaat[14] en doen velen hun boodschappen al gedeeltelijk in "lokale" grensoverschrijdende gebieden[15]. Dit moet ook mogelijk zijn voor financiële retaildiensten, maar vaak is dit niet het geval. Om toegankelijk te zijn voor alle ondernemingen moeten onnodige en ongerechtvaardigde drempels voor nieuwkomers op de markt worden verlaagd, vooral voor de bedrijven die in staat zijn hun producten grensoverschrijdend binnen de EU te leveren.



[11] Richtlijn 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 september 2002 betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten en tot wijziging van de Richtlijnen 90/619/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG van de Raad (PB L 271 van 9.10.2002, blz. 16).

[12] Voor meer informatie zie http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html

[13] Eurostat, EU-burgerschap – Statistieken over grensoverschrijdende activiteiten, april 2013, (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/EU_citizenship_-_statistics_on_cross-border_activities) (geraadpleegd in maart 2015).

[14] Gebieden met specifieke geografische kenmerken, werkdocument, regionaal beleid van de Europese Unie, nr. 02/2009, blz. 4-5.

[15] Europees Parlement, EU-verbintenissenrecht als een instrument voor het faciliteren van grensoverschrijdende transacties: een standpunt van consumenten, 2010 (http://www.europarl.europa.eu/webnp/cms/pid/1483), blz. 9.

Beperkte grensoverschrijdende activiteit

Het huidige niveau van directe grensoverschrijdende transacties op het gebied van financiële retaildiensten is beperkt omdat de consument deze producten grotendeels aankoopt op de binnenlandse markt en bedrijven zich voor het overgrote deel richten op de markten waar ze fysiek aanwezig zijn[16]. Recente studies wijzen erop dat het percentage van consumenten dat reeds bancaire producten uit een andere lidstaat heeft gekocht minder was dan 3 % voor creditcards, lopende rekeningen en hypotheken[17]. Slechts 5 % van het consumentenkrediet werd over de grens verkregen[18]. Grensoverschrijdende leningen in de eurozone bedroegen minder dan 1 % van de totale leningen aan huishoudens in het gebied[19]. Voor verzekeringen was de grensoverschrijdende dienstverlening goed voor slechts ongeveer 3 % van de totale bruto geboekte premies in 2011 en 2012[20].

Prijs- en keuzeverschillen

Marktversnippering blijkt uit de verschillende prijzen voor dezelfde of soortgelijke producten die in verschillende binnenlandse markten, zelfs van dezelfde aanbieder, beschikbaar zijn. Zo hebben bedrijven bij het oprichten van filialen in andere markten de neiging hun prijzen aan de lokale omstandigheden aan te passen en exporteren ze meer concurrerende prijzen doorgaans niet naar andere markten. Marktversnippering wordt ook aangetoond door de beperkte keuzemogelijkheden voor consumenten in sommige lidstaten; zo heeft de consument in sommige markten alleen toegang tot hypotheken met vaste rente en in andere alleen tot variabele rentetarieven[21].

Uit informatie die de gebruikersgroep financiële diensten heeft verzameld, blijkt dat in de banksector de verschillen tussen de lidstaten – die verder reiken dan wat op basis van objectieve verschillen in koopkracht en nationale prijsniveaus kan worden verklaard – voor bepaalde producten aanzienlijk kunnen zijn[22]. Zo kan de jaarlijkse vergoeding voor een creditcard variëren van 9,10 EUR in Roemenië tot bijna 114 EUR in Slowakije. In sommige lidstaten zijn offline overmakingen gratis, maar deze kunnen in Frankrijk gemiddeld 3,58 EUR kosten. Daarnaast is er een aanzienlijke spreiding van de rentetarieven die huishoudens betalen op hypothecaire leningen in de verschillende landen (zie grafiek 1)[23]. Een grotere spreiding kan worden waargenomen voor consumentenkrediet dan voor hypothecair krediet.

---

[16] Speciale Eurobarometer-enquête 373 over financiële retaildiensten, blz. 28 en volgende (http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/eb_special_373-report_en.pdf).

[17] Speciale Eurobarometer-enquête 373 over financiële retaildiensten, blz. 32.

[18] Studie naar de werking van de markt voor consumentenkrediet in Europa, juli 2013 (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf), blz. *x-xi*.

[19] Bron: Statistical Data Warehouse van de ECB.

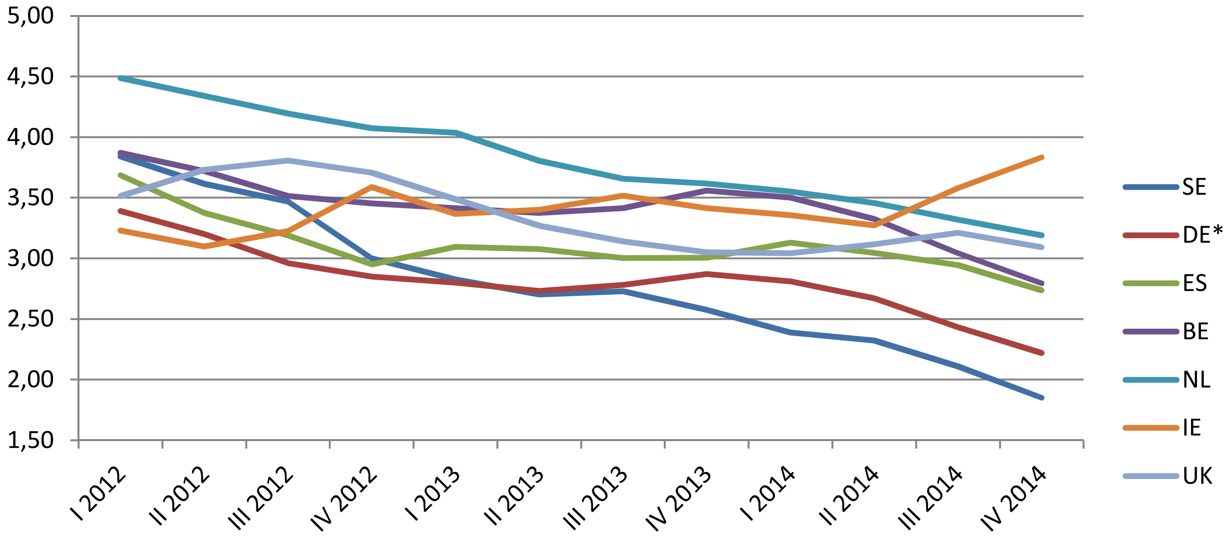
[20] Beleidsnota DSF nr. 45, "Cross-border insurance in Europe", Dirk Schoenmaker en Jan Sass, november 2014, blz.12.

[21] European Mortgage Federation, Hypostat 2015, blz. 15.

[22] Gebruikersgroep financiële diensten, "Marktintegratie financiële dienstverlening" (http://ec.europa.eu/finance/finservices-retail/fsug/papers/index_en.htm).

[23] Bron: European Mortgage Federation.

Grafiek 1: Gegevens van de European Mortgage Federation over de rentetarieven op nieuwe woninghypotheken per kwartaal (2012-2014)

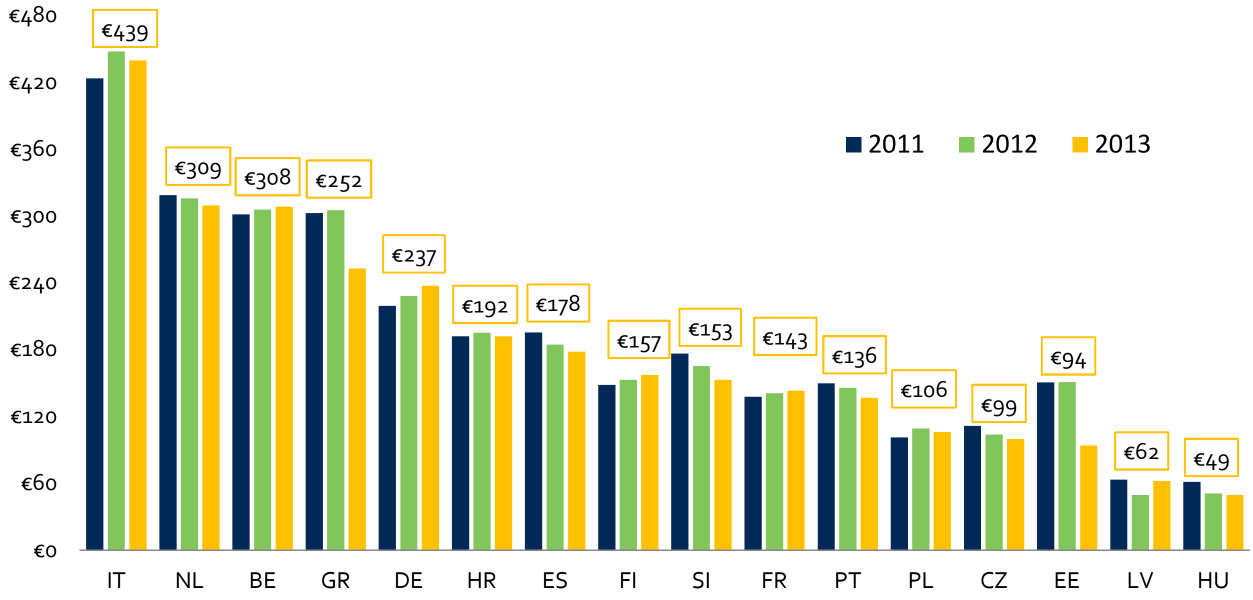


*Merk op dat het gewogen gemiddelde voor de hele markt waarschijnlijk in de richting van de kortlopende leningen neigt. Dit komt door het beschikbare wegingsschema: het leningvolume omvat verlengingen, maar die hebben doorgaans een kortere renteperiode.

In de verzekeringssector kan dezelfde verzekeringnemer met een vergelijkbaar risicoprofiel tweemaal zoveel betalen voor een soortgelijke polis, afhankelijk van zijn woonplaats. Uit informatie die de gebruikersgroep financiële diensten heeft verzameld, blijkt dat de maandelijkse premies voor een vergelijkbare niet-investeringsgerelateerde levensverzekering van 25 jaar varieerden van 10 EUR per maand in Slowakije en 12,40 EUR per maand in Spanje tot 65 GBP per maand in het Verenigd Koninkrijk. En in het geval van motorrijtuigenverzekeringen varieerden de offertes zelfs voor hetzelfde model voertuig (grafiek 2)[24].

Grafiek 2: Gemiddelde premies voor verplichte verzekering wettelijke aansprakelijkheid per land

[24] Verslag van Insurance Europe over de Europese markt voor motorrijtuigenverzekeringen, blz. 40 (grafiek 48), november 2015 (www.insuranceeurope.eu). Merk op dat deze grafiek is gewijzigd: niet-EU-landen zijn eruit verwijderd. Zie ook het onderzoek naar de retailverzekeringsmarkt van Europe Economics van 26.11.2009, blz. 301 en 315 (http://ec.europa.eu/finance/insurance/docs/motor/20100302rim_en.pdf).



Prijsverschillen kunnen worden toegeschreven aan factoren zoals wisselende omstandigheden in de binnenlandse economie, ongelijke koopkrachtniveaus, financiële of institutionele structuren (zoals belastingen, regulering of toezicht) of verschillende financieringskosten, waardeproposities (soms met betrekking tot productkoppeling of verpakking) en prijsstructuren op de lokale markten. Voor verzekeringen (in het bijzonder motorrijtuigenverzekeringen) kunnen variaties in de kosten en risico's van het verstrekken van dekking sterk variëren tussen de verschillende lidstaten, wat sommige prijsverschillen kan rechtvaardigen. Er is echter geen duidelijke objectieve rechtvaardiging voor de omvang van het prijsverschil voor producten die minder gebonden zijn aan de geografische ligging of plaatselijke risicokenmerken, zoals levensverzekeringen (zelfs als de levensverwachting niet identiek is in elke lidstaat). Deze factoren verklaren niet altijd voldoende de mate van versnippering van de prijzen in de EU.

Onvoldoende concurrentie en minimaal overstapgedrag van de consument

De meeste markten voor retailbankieren en verzekeringen in de lidstaten zijn sterk geconcentreerd en blijken niet volledig concurrerend te zijn, waardoor de keuze van consument en de waarde en kwaliteit van de producten die hij ontvangt, worden beperkt. Zo varieerde eind 2013 het marktaandeel van de vijf grootste aanbieders in de banksector van bijna 95 % in Griekenland tot meer dan 30 % in Duitsland en Luxemburg[25]. In reactie op de openbare raadpleging over de herziening van de groepsvrijstellingsverordening verzekeringen beweerde de meerderheid van de verzekeraars en hun brancheorganisaties dat verzekeringsmarkten concurrerend zijn[26]. Toch wordt een hoge concentratie waargenomen in

[25] Zie het verslag van de ECB over bancaire structuren, oktober 2014, blz. 15 (https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/bankingstructuresreport201410.en.pdf).
[26] Samenvattend verslag van de antwoorden op de openbare raadpleging over de herziening van de groepsvrijstellingsverordening verzekeringen (http://ec.europa.eu/competition/consultations/2014_iber_review/summary_report_en.pdf).

levens- en schadeverzekeringen; de concentratiegraad in de levensverzekeringensector, gemeten aan de hand van het marktaandeel van de vijf grootste levensverzekeringsmaatschappijen per 2013, varieert bijvoorbeeld van 100 % in Estland en Malta tot minder dan 40 % in Duitsland en Kroatië[27]. Deze grote verschillen lijken niet te kunnen worden toegeschreven aan het verschil in omvang van deze markten.

In de EU wordt maar weinig overgestapt naar andere dienstverleners[28]. Uit de Eurobarometer-gegevens blijkt dat in 2012 meer dan 85 % van de respondenten met een persoonlijke lening of een creditcard niet was overgestapt of had geprobeerd over te stappen[29]. Daarnaast is op lidstaatniveau aangetoond dat de markten voor spaargeld in contanten niet goed werken omdat de consument blijft vasthouden aan dezelfde dienstverlener en hetzelfde product, zelfs als soortgelijke producten met een beter rendement beschikbaar zijn[30]. Volgens de consumentenscoreborden behoren financiële retaildiensten in feite tot de gebieden waarop de consument het meest ontevreden is over de diensten die hij ontvangt[31]. Deze combinatie van een hoge mate van ontevredenheid, wisselende prijzen en lage overstappercentages kan erop duiden dat de concurrentie op deze markten niet voldoende werkt voor de consument of dat er met de belemmeringen voor het overstappen van het ene naar het andere product wordt ingespeeld op het gewoontegedrag van de consument en dat deze hem ervan weerhouden de beste aanbiedingen te vinden.

Het overstapgedrag van de consument kan de concurrentie tussen bedrijven bevorderen en zorgen voor stimulansen voor nieuwe spelers om rijpe markten te betreden. Als er geen hinderpalen zijn die grensoverschrijdende transacties bemoeilijken, kan overstapgedrag bedrijven ook stimuleren om diensten uit andere lidstaten te leveren. Op twee markten waar overstappen het moeilijkst is – betaalrekeningen en hypotheken – zijn in de afgelopen jaren initiatieven op EU-niveau genomen die momenteel nog worden omgezet op nationaal niveau: de richtlijn hypothecair krediet[32] die belemmeringen wegneemt om uit te stappen en de richtlijn inzake betaalrekeningen[33] die speciale nationale overstapdiensten voor betaalrekeningen creëert. Er zijn echter nog meer manieren waarop overstapgedrag op EU-

[27] Zie de (her)verzekeringsstatistieken EU/EER (tabel 10) (https://eiopa.europa.eu/financial-stability-crisis-prevention/financial-stability).
[28] Doorlichting van de consumentenmarkten in de Europese Unie 2013, blz. 43-44 (http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_1.pdf).
[29] Eurobarometer-enquête 373 over financiële retaildiensten, blz. 85.
[30] Cash Savings Market Study Report van de FCA (http://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf); Autoriteit Consument & Markt, Barrières voor toetreding tot de Nederlandse bancaire retailsector, blz. 69.
[31] Zie het meest recente scorebord voor de consumentenmarkten op http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/index_en.htm
[32] Richtlijn 2014/17/EU van het Europees Parlement en de Raad van 4 februari inzake kredietovereenkomsten voor consumenten met betrekking tot voor bewoning bestemde onroerende goederen en tot wijziging van de Richtlijnen 2008/48/EG en 2013/36/EU en Verordening (EU) nr. 1093/2010 (PB L 60 van 28.2.2014, blz. 34). Artikel 25 betreft kwesties met betrekking tot vervroegde aflossing.
[33] Richtlijn 2014/92/EU van het Europees Parlement en de Raad van 23 juli 2014 betreffende de vergelijkbaarheid van de in verband met betaalrekeningen aangerekende vergoedingen, het overstappen naar een andere betaalrekening en de toegang tot betaalrekeningen met basisfuncties (PB L 257 van 28.8.2014, blz. 214).

niveau kan worden gestimuleerd – zo wordt bijvoorbeeld in een aantal lidstaten de volledige overdraagbaarheid van bankrekeningnummers onderzocht.

Koppel- en bundelpraktijken kunnen de keuze van de consument ook belemmeren. Koppelverkoop en gebundelde verkoop van financiële retailproducten vallen niet alleen onder de mededingingsregels, maar ook onder de sectorspecifieke regels van de richtlijn hypothecair krediet (die garandeert dat een kredietnemer een verzekering van een andere leverancier kan kiezen)[34], de richtlijn inzake betaalrekeningen en de verwachte richtlijn verzekeringsdistributie[35]. De herziene richtlijn betreffende markten voor financiële instrumenten (MiFID II)[36] omvat ook een machtiging voor de ESMA om (in samenwerking met de EBA en Eiopa) richtsnoeren voor koppelverkoop te ontwikkelen. Klanten moeten op de hoogte worden gebracht van het feit dat zij elk product in het pakket ook afzonderlijk mogen kopen (bv. een verzekering van een andere aanbieder) en moeten duidelijke informatie krijgen over de kosten daarvan. De Commissie zal erop blijven toezien dat dit het geval is en zal blijven nagaan of er in dit verband verdere maatregelen nodig zijn.

2.2 Het veranderende landschap van de financiële retailsector in het licht van de digitalisering

Digitalisering en innovatie hebben de vorm van financiële retaildiensten in de afgelopen jaren snel veranderd en zullen dit naar verwachting blijven doen. Financiële bedrijven bieden steeds meer producten online of via applicaties aan en de overgrote meerderheid van de consumenten maakt tegenwoordig regelmatig gebruik van onlinebankieren om bankzaken af te handelen en transacties uit te voeren[37]. In principe biedt deze technologische vooruitgang mogelijkheden om sommige grensoverschrijdende transacties te vergemakkelijken, de toegang tot effectievere informatie en gerichter advies voor consumenten uit te breiden, de vergelijkbaarheid van de producten te verbeteren en het overstapgedrag te doen toenemen[38].

Nieuwe spelers en nieuwe technieken op een digitale markt

De sector voor financiële retaildiensten ondergaat aanzienlijke veranderingen door de invloed van de digitalisering. Nieuwe bedrijfsmodellen zijn in opkomst: aanbieders en technologiebedrijven die alleen online werken, betreden de markt om diensten aan te bieden

---

[34] Artikel 12, lid 4, van de richtlijn hypothecair krediet: *"De lidstaten kunnen kredietgevers toestaan om van de consument te verlangen dat zij over een verzekeringspolis met betrekking tot de kredietovereenkomst beschikken. In dergelijke gevallen dragen de lidstaten er zorg voor dat de kredietgever de verzekeringspolis van een andere dan zijn voorkeursdienstverlener aanvaardt, mits de door die polis geboden waarborg gelijkwaardig is aan die van de door de kredietgever voorgestelde verzekeringspolis."*

[35] Publicatie naar verwachting begin 2016, zie ook http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/07/22-insurance-mediation/

[36] Richtlijn 2014/65/EU van het Europees Parlement en de Raad van 15 mei 2014 betreffende markten voor financiële instrumenten en tot wijziging van Richtlijn 2002/92/EG en Richtlijn 2011/61/EU (PB L 173 van 12.6.2014, blz. 349).

[37] Statista, Online banking penetration in selected European markets in 2014, website (http://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/).

[38] KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, blz. 21-22. KPMG suggereert dat de toegenomen betrokkenheid bij financiële producten die voortkomt uit onlinebankieren een actievere beoordeling van de potentiële mogelijkheden van de consument stimuleert.

(in de lidstaten en soms grensoverschrijdend), waaronder elektronische geldovermakingen, bemiddeling bij onlinebetalingen, financiële gegevensaggregatie, peer-to-peerfinanciering en prijsvergelijking. Ook nieuwe spelers die geen traditionele financiële dienstverleners zijn en die de financiële dienstverlening niet altijd als primair bedrijfsmodel hebben, betreden de markt. Zo verkopen socialemediabedrijven nu ook financiële producten. Deze nieuwe technologieën kunnen voordelen voor de consument meebrengen, op voorwaarde dat passende veiligheidsnormen in acht worden genomen.

Gevestigde bedrijven en nieuwe financiëletechnologiebedrijven (fintechs) zijn op zoek naar nieuwe manieren om met hun klanten om te gaan, hun distributiekanalen voor producten te integreren en diensten te leveren die sneller, alerter en klantgerichter zijn. Voor gevestigde spelers bieden digitale technologieën, waaronder decentrale grootboeken (zoals de blockchainmethode van Bitcoin), mogelijkheden om interne processen te hervormen met verbeterde standaardisatie, automatisering en kostenbesparing door schaalvergroting. Daarnaast associëren gevestigde spelers zich met fintechs of moedigen ze deze aan en werken ze samen met belangrijke digitale aanbieders om deze trend vorm te geven en de baas te blijven. Bovendien gebruiken bedrijven steeds meer "big data", afkomstig van onder meer sociale media, om informatie over hun potentiële doelgroep te verzamelen. Dit levert een beter begrip van hun klanten op, maar roept ook vragen op over het juiste gebruik van deze gegevens.

Deze veranderingen hebben bepaalde effecten op bestaande aanbieders, zoals gevestigde banken, vanwege hun afhankelijkheid van grote – en dure – filialen en de rol van betaalrekeningen als de traditionele toegangspoort tot de consument, die op de proef zal worden gesteld door de opkomst van fintechs en de elektronische portemonnee. Nieuwkomers richten zich ook op winstgevende nevenactiviteiten zoals vreemde valuta[39]. Banken en verzekeraars investeren fors in het digitaliseren van hun verkoop- en klantendiensten en hopen daarmee kosten te besparen en de banden met hun bestaande klanten aan te halen[40]. Nieuwkomers (die nog niet profiteren van een stabiel klantenbestand) hebben de mogelijkheid om grensoverschrijdende oplossingen aan te sturen en nieuwe markten van gevestigde exploitanten over te nemen.

De ontwikkeling van online distributiekanalen is van bijzonder belang op EU-niveau. Door het sluiten en ondersteunen van een verkoop op afstand gemakkelijker en goedkoper te maken voor aanbieders en consumenten, biedt digitalisering toegang tot een grote klantenbasis in de eengemaakte markt die kan profiteren van de beste beschikbare aanbiedingen. Digitalisering zou in principe grensoverschrijdende activiteiten moeten bevorderen zonder dat bedrijven zich in andere lidstaten hoeven te vestigen.

Hoewel innovatieve technologieën mogelijkheden bieden om de klantendienst te verbeteren en de prijzen te verlagen, kunnen ze ook uitdagingen vormen voor de regelgeving, met name ten aanzien van cyberbeveiliging en gegevensbescherming. Cyberdreigingen zijn een groot probleem voor consumenten en bedrijven; dit probleem zal waarschijnlijk steeds belangrijker

[39] KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, blz. 27.
[40] KPMG, *Mobile Banking 2015: Global trends and their impact on banks*, blz. 21.

worden naarmate de digitalisering evolueert en het vereist een specifieke aanpak. Nieuwe spelers worden mogelijk niet altijd in dezelfde mate als de gevestigde exploitanten gereguleerd door de huidige regelgevings- en toezichtskaders, onder meer vanuit het oogpunt van de consumentenbescherming. Technologische ontwikkelingen en de uitbreiding van nieuwe distributiekanalen kunnen het moeilijk maken om passende precontractuele informatie aan klanten te verstrekken – bijvoorbeeld als de verplichte informatieverschaffing via mobiele apparaten met kleine schermen gebeurt. Passende oplossingen voor deze uitdagingen (waaronder passende beveiliging en consumentenbescherming) en kansen moeten zorgvuldig worden overwogen.

Nieuwe financiële producten en betalingsproducten

De Commissie steunt de groei van innovatieve, klantvriendelijke technologieën en beoogt ervoor zorgen dat ze voor een breed spectrum van consumenten in Europa, en waar mogelijk grensoverschrijdend, beschikbaar zijn. De digitalisering van financiële diensten heeft geleid tot de opkomst van nieuwe producten, zoals sms-leningen of peer-to-peerleningen, die uitdagingen inzake regelgeving en consumentenbescherming met zich meebrengen.

Met de ontwikkeling van mobiele betalingen, internetbetalingen en directe betalingen op de binnenlandse markten ontstaan vooral op het gebied van betalingen nieuwe mogelijkheden. Mobiele betalingen ontwikkelen zich snel in Europa. Een breed scala aan oplossingen voor betalen op afstand of contactloos betalen is momenteel beschikbaar bij marktspelers, met inbegrip van banken, kaartsystemen, mobiele operators en internetspelers. Deze diensten omvatten peer-to-peerbetalingen, mobiele portemonnees, toepassingen voor bankieren en kaarten en gebruiken verschillende technologieën (de meest ontwikkelde daarvan zijn Near Field Communication en Quick-Response-codes voor toonbankbetalingen). Dit betekent voor de consument dat hij via zijn telefoon voor boodschappen kan betalen, via een applicatie de prijs van een maaltijd kan delen of geld naar een vriend kan sturen. Vaak gelden de oplossingen echter alleen op nationaal niveau en doorgaans zijn ze niet interoperabel. Bovendien concurreren bedrijven of groepen van bedrijven met elkaar om hun eigen normen op te leggen. De beperkte geografische dekking en minimale interoperabiliteit ervan beperkt hun acceptatie door handelaren, wat het effectieve grensoverschrijdende gebruik vermindert.

In sommige landen wordt realtimebetalen (of direct betalen) al toegepast, terwijl er in andere landen grote belangstelling voor bestaat omdat de snelheid ervan mogelijkheden biedt om innovatie te stimuleren en tot de opkomst van nieuwe betalingsapplicaties kan leiden. Ze vormen de logische volgende stap in de ontwikkeling van de eengemaakte markt voor retailbetalingen na de overgang naar de gemeenschappelijke eurobetalingsruimte (SEPA)[41]: aanbieders van betalingsdiensten uit de EU zijn bezig met het ontwikkelen van een stelsel voor directe SEPA-overmakingen. De Euro Retail Payments Board en de Europese Betalingsraad[42] werken aan een pan-Europese norm voor directe betalingen en mobiele peer-

[41] Meer informatie over SEPA is te vinden op http://ec.europa.eu/finance/payments/sepa/index_en.htm
[42] Voor meer informatie zie http://www.ecb.europa.eu/paym/retpaym/governance/eu/html/index.en.html en http://www.europeanpaymentscouncil.eu/

to-peerbetalingen, die het potentieel heeft om interoperabele systemen te creëren. De Commissie steunt beide organen in dit werk.

Hoofdstuk 3 Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en bedrijven

Het voordeel dat kan voortvloeien uit de Europese interne markt voor financiële retaildiensten is nog niet ten volle benut. Een van de meest directe manieren om de concurrentie te verbeteren en het welzijn van de consument te bevorderen, is waar mogelijk de hinderpalen voor grensoverschrijdende handel in deze diensten op te ruimen. Deze hinderpalen zijn voornamelijk gelegen in twee groepen van diepere oorzaken die zowel leveranciers als consumenten treffen en die er gezamenlijk voor zorgen dat de keuze en concurrentie worden verminderd en dat de Europese markt versnipperd blijft:

– consumenten zijn niet op de hoogte van of hebben onvoldoende vertrouwen in het aanbod uit andere lidstaten of anders hebben ze moeite om er toegang tot te verkrijgen (punt 3.1); en
– leveranciers bieden geen producten aan consumenten in andere lidstaten omdat, zelfs in een tijd van digitalisering, versnipperde markten buitensporige operationele en nalevingskosten veroorzaken (punt 3.2).

De Commissie is met name geïnteresseerd in de vraag of het gebruik van innovatieve digitale technologie kan helpen deze hinderpalen op te ruimen. Het gebrek aan vertrouwen bij de consument en het gebrek aan rechtszekerheid bij handelaren bij grensoverschrijdende transacties kunnen ook ontstaan door een inconsequente handhaving van de EU-wetgeving in de EU. Het netwerk voor samenwerking op het gebied van consumentenbescherming houdt zich bezig met essentiële wetgeving inzake consumentenbescherming op het domein van financiële diensten. Als blijkt dat de handhaving van de EU-wetgeving een probleem vormt, kan dit via een dergelijk netwerk beter worden aangepakt.

<u>Algemene vragen</u>

1. *Voor welke financiële producten zou een verbeterd grensoverschrijdend aanbod de concurrentie op de nationale markten vergroten in termen van meer keuze en een betere prijs?*
2. *Welke belemmeringen weerhouden bedrijven ervan financiële diensten direct grensoverschrijdend aan te bieden en weerhouden consumenten ervan producten direct grensoverschrijdend te kopen?*
3. *Kunnen deze belemmeringen in de toekomst worden ondervangen door digitalisering en innovatie in de fintechsector?*
4. *Wat kan er worden gedaan om te voorkomen dat digitalisering van financiële diensten leidt tot een verhoogde financiële uitsluiting, in het bijzonder van digitale analfabeten?*
5. *Welke aanpak moeten wij hanteren als de kansen die de groei en verspreiding van digitale technologieën bieden aanleiding geven tot nieuwe risico's betreffende consumentenbescherming?*
6. *Hebben klanten toegang tot veilige, eenvoudige en begrijpelijke financiële producten in heel de Europese Unie? Zo niet, wat kan er worden gedaan om deze toegang mogelijk te maken?*
7. *Vormt de kwaliteit van de handhaving van de EU-wetgeving inzake financiële*

retaildiensten in de EU een probleem voor het consumentenvertrouwen en de marktintegratie?

8. *Moet er rekening worden gehouden met andere bewijzen of andere ontwikkelingen wat betreft de grensoverschrijdende concurrentie en de keuze van financiële retaildiensten?*

3.1 De consument helpen grensoverschrijdende aankopen te doen

De consument neemt op verschillende punten in zijn leven grote financiële beslissingen met gevolgen op de lange termijn. Wanneer de consument een levensverzekering afsluit of een hypotheek neemt om een huis te kopen, naar het buitenland verhuist of geld spaart voor de toekomst moet hij i) kunnen weten wat er elders in de EU beschikbaar is, ii) een scherp geprijsd product kunnen krijgen dat op zijn behoeften is afgestemd en iii) ervan overtuigd zijn dat zijn product veilig en geschikt is en op de door hem beoogde manier functioneert.

3.1.1 Weten wat er beschikbaar is[43]

Ik ben op zoek naar het best mogelijke aanbod in mijn lidstaat. Ik weet niet of er in andere lidstaten mogelijk goedkopere of betere producten zijn.

De consument heeft vaak geen toegang tot informatie over het aanbod van financiële producten over de grens; daarom is het voor hem moeilijk om buiten zijn thuisland te winkelen. Weinig aanbieders van financiële retaildiensten hebben als doelgroep consumenten in lidstaten waar ze niet fysiek aanwezig zijn. Bovendien wordt de consument met een aantal belemmeringen geconfronteerd, waaronder de taal, als hij informatie wil opvragen over producten in andere lidstaten.

Betere informatie voor de consument en hulp bij het overstappen

Een manier om het bewustzijn van de consument op te bouwen en hem aan te moedigen naar geschiktere producten over te stappen, is ervoor te zorgen dat hij toegang heeft tot kanalen die hem in staat stellen meer over producten uit andere lidstaten te weten te komen en hun kenmerken te begrijpen. Dergelijke kanalen bestaan bijvoorbeeld uit financiële tussenpersonen, onafhankelijke vergelijkingssites of internetdiensten voor onafhankelijk financieel advies.

Onafhankelijke vergelijkingssites zijn nuttig om ervoor te zorgen dat klanten weten welke producten bestaan, maar hun belangrijkste voordeel komt van de steun die ze verlenen aan overstappende consumenten door hen in staat te stellen producten te beoordelen en een keuze te maken uit de voor hen meest geschikte producten. Eiopa heeft geconstateerd dat vergelijkingssites de concurrentie tussen verzekeraars en verzekeringstussenpersonen stimuleren en bijdragen tot een verbetering van de transparantie en vergelijkbaarheid van de voor de consument beschikbare informatie[44]. Dit concept geldt ook voor andere productsegmenten en voor lidstaten waar het op dit moment ontbreekt aan deze faciliteiten; elke maatregel moet evenwel in aanmerking nemen dat de vergelijkingssites zelf soms slecht

---

[43] De voorbeelden in dit document zijn gebaseerd op praktijkgevallen die onder de aandacht van de Commissie zijn gebracht.

[44] Verslag van Eiopa over goede praktijken inzake vergelijkingssites (januari 2014).

zijn in het geven van overzichten van de vergeleken statistieken en aspecten en vaak te prijsgericht zijn[45]. Vergelijkingssites zijn heel gebruikelijk in de verzekeringssector en de richtlijn inzake betaalrekeningen heeft een verplichting ingevoerd om op nationaal niveau ten minste één vergelijkingssite (met vastgestelde kwaliteitscriteria) op te richten die het aanbod van bankrekeningen, met inbegrip van bankkosten, van verschillende financiële instellingen presenteert.

Andere methoden om de overstappercentages te verbeteren zijn maatregelen zijn die ervoor zorgen dat consumenten van een product kunnen overstappen zonder zware boetes te hoeven betalen, zoals bepaald in de richtlijn hypothecair krediet en de richtlijn consumentenkrediet[46], of pogingen om het gewoontegedrag van de consument te ondervangen door hinderpalen en problemen bij het overstappen van het ene product naar het andere te verminderen[47]. Gerichte informatieverschaffing op belangrijke momenten waarop een consument voordeel kan behalen door naar een ander product over te stappen, kan er ook voor zorgen dat de consument meer bezig is met zijn financiële beslissingen en minder vastzit aan het product dat hij heeft gekocht[48].

<u>Vragen</u>

9. *Wat is het geschiktste kanaal om het bewustzijn van de consument te verhogen ten aanzien van de verschillende financiële retaildiensten en verzekeringsproducten die in de Unie worden aangeboden?*
10. *Wat kan er nog worden gedaan om de grensoverschrijdende distributie van financiële producten via tussenpersonen te vergemakkelijken?*
11. *Zijn er verdere maatregelen nodig om de vergelijkbaarheid te bevorderen en/of het overstappen naar financiële retaildiensten van aanbieders die zich in dezelfde of een andere lidstaat bevinden, te vergemakkelijken? Zo ja, welke maatregelen en voor welke productsegmenten?*

<u>Aanpakken van ingewikkelde en exorbitant hoge vergoedingen voor buitenlandse transacties</u>

> Ik woon in de eurozone. Mijn bank berekent mij hoge kosten telkens wanneer ik geld overmaak naar een lidstaat die geen deel uitmaakt van de eurozone. Nadat ik mijn creditcard in het buitenland heb gebruikt, blijk ik een hoge rekening te hebben omdat de door de bank gebruikte wisselkoers minder goed is dan de marktkoers; ik was van te voren niet goed op de hoogte gesteld van de wisselkoers die zou worden gebruikt.

[45] Europese Commissie, "Comparison Tools and Third-Party Verification Schemes", (http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm).
[46] Richtlijn 2008/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 april 2008 inzake kredietovereenkomsten voor consumenten en tot intrekking van Richtlijn 87/102/EEG van de Raad (PB L 133 van 22.5.2008, blz. 66).
[47] Bedrijven zijn momenteel onderworpen aan de EU-wetgeving inzake oneerlijke bedingen in overeenkomsten en oneerlijke handelspraktijken (zie voetnoot 3), die een aantal contractuele en niet-contractuele belemmeringen voor het overstappen van de consument beperken.
[48] Zie bijvoorbeeld de Cash Savings Market Study van de FCA, waarin wordt voorgesteld sms-waarschuwingen te gebruiken wanneer een bonusperiode spoedig zal eindigen (https://www.fca.org.uk/static/documents/market-studies/cash-savings-market-study-final-findings.pdf).

Ten aanzien van transactiekosten elimineert Verordening (EG) nr. 924/2009 betreffende grensoverschrijdende betalingen[49] de verschillen in de kosten voor grensoverschrijdende en binnenlandse betalingen in euro, waarvan consumenten sterk profiteren als ze betalingen in euro uitvoeren. Burgers die geld overmaken naar andere landen van de EU in een andere valuta dan de euro krijgen echter vaak te maken met zeer hoge kosten vergeleken met de kosten die ze voor binnenlandse overmakingen betalen. Deze kosten omvatten zowel de transactiekosten als de wisselkoerskosten en kunnen een belangrijk deel van de waarde van de transactie vertegenwoordigen. Transactiekosten voor de gewone consument voor grensoverschrijdende betalingen en overmakingen in een andere valuta dan de euro zijn in alle lidstaten meestal zeer hoog en worden niet altijd duidelijk meegedeeld aan de klanten. Er zijn steeds meer websites voor peer-to-peerwisselkantoren, die veel betere tarieven bieden voor consumenten en een echte impact op de markten beginnen te hebben. Hoewel bedrijven transparant moeten zijn ten aanzien van de vergoedingen en tarieven voor het wisselen van valuta, zijn deze kosten en tarieven niet specifiek onderworpen aan Europese regels.

Bij kaartbetalingen zijn consumenten zich niet altijd bewust van de wisselkoers die wordt toegepast op een transactie in het buitenland, bijvoorbeeld voor geldopnames of aankopen met betaalkaarten in lidstaten met een andere valuta. De valutaomrekening wordt meestal bepaald door de bank die de kaart heeft uitgegeven. In de afgelopen jaren hebben steeds meer handelaren de mogelijkheid geboden om de wisselkoers van de bank van de consument (de zogenaamde dynamisch vastgestelde koers) te gebruiken; dit biedt de consument ten minste een zekere transparantie en zou kosteneffectiever kunnen zijn. De handelstarieven zijn echter niet stelselmatig beter voor de consument en zijn voor elk afzonderlijk geval vaak moeilijk te vergelijken met de tarieven van de bank van de consument omdat de exacte tarieven van de bank op het tijdstip van de transactie niet beschikbaar zijn voor de consument. Dit betekent dat de consument tot nu toe niet heeft kunnen profiteren van de concurrentie door de mogelijkheden van dynamisch vastgestelde koersen.

Gezien het bestaan van verschillende valuta's binnen de EU en de voortschrijdende integratie van de markten voor financiële retaildiensten zal dit probleem waarschijnlijk in belang toenemen met de uitbreiding van de elektronische handel in de digitale eengemaakte markt en is verder onderzoek noodzakelijk.

Vragen

12. *Wat kan er op EU-niveau nog meer worden gedaan om het probleem van de buitensporige vergoedingen voor grensoverschrijdende betalingen (zoals overmakingen) in verschillende valuta's in de EU aan te pakken?*
13. *Zijn er in aanvulling op de bestaande vereisten van openbaarmaking[50] verdere maatregelen nodig om ervoor te zorgen dat de consument weet welke kosten voor het*

[49] Verordening (EG) nr. 924/2009 van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2009 betreffende grensoverschrijdende betalingen in de Gemeenschap en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 2560/2001 (PB L 266 van 9.10.2009, blz. 11).

[50] Wetgevingsresolutie van het Europees Parlement van 8 oktober 2015 over het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende betalingsdiensten in de interne markt, houdende wijziging van de Richtlijnen 2002/65/EG, 2013/36/EU en 2009/110/EG en houdende intrekking van Richtlijn 2007/64/EG (COM(2013) 547 – C7-0230/2013 – 2013/0264(COD)). Zie artikel 59 en artikel 60, lid 3.

omrekenen van valuta in rekening worden gebracht bij grensoverschrijdende transacties?

3.1.2 Toegang tot financiële diensten vanaf elke plaats in Europa

We zijn na onze pensionering naar Frankrijk verhuisd en willen onze bankrekening in het Verenigd Koninkrijk aanhouden met het oog op ons maandelijkse pensioen. De bank weigert echter onze debetkaart te vernieuwen omdat we geen vast adres in het Verenigd Koninkrijk hebben. De bank gaat er alleen mee akkoord om een rekening aan te houden als we een grote storting doen.

We hebben ook op een bekende prijsvergelijkingswebsite gekeken naar de best beschikbare rente op onze spaargelden en zagen het volgende: *"Zorg dat u voordat u een aanvraag indient de algemene voorwaarden van de rekening hebt gelezen en begrepen. U moet ook ouder zijn dan 18 jaar en permanent in het Verenigd Koninkrijk wonen."*

Financiële dienstverleners maken hun producten momenteel alleen grensoverschrijdend als ze ook in de doelmarkt zijn gevestigd, waardoor EU-consumenten zelden toegang krijgen tot financiële diensten uit andere lidstaten (met uitzondering van enkele beperkte beleggingsproducten)[51]. De richtlijn inzake betaalrekeningen bevordert de ontwikkeling van de eengemaakte markt door discriminatie van consumenten op grond van woonplaats bij het aanvragen van of de toegang tot betaalrekeningen te verbieden. Toch ondervinden consumenten in de meeste gevallen nog steeds dat ze niet in aanmerking komen voor diensten als ze niet in het land van de dienstverlener wonen[52]. In het geval van verzekeringen bepaalt niet het individuele risicoprofiel maar de woonplaats van de consument de beschikbare opties omdat verzekeraars polissen opstellen op basis van de risicoverdeling die wordt bepaald door de lokale vraag. Onlineleveranciers passen "geoblocking"-technieken toe door de toegang tot websites te blokkeren, de klant naar andere websites door te leiden of het sluiten van transacties niet toe te staan door bepaalde gegevensformaten (bv. postcodes of betalingsinformatie) tot bepaalde landen te beperken. Deze praktijken verhinderen dat consumenten een aanvraag kunnen indienen voor de door hun gekozen producten.

Consumenten mogen niet anders worden behandeld op grond van hun nationaliteit of verblijfplaats bij het winkelen in de EU, tenzij dit gerechtvaardigd is door objectieve criteria. Maatregelen tegen geoblocking en andere vormen van geografische discriminatie zijn aangekondigd in de strategie voor de digitale eengemaakte markt in mei 2015 en in de strategie voor de eengemaakte markt in november 2015[53]. De Commissie presenteert medio 2016 wetgevingsvoorstellen om ongerechtvaardigde geoblocking te beëindigen en, meer in het algemeen, discriminatie van consumenten op grond van woonplaats of nationaliteit te voorkomen.

---

[51] BEUC, "Protecting consumer interests in the retail financial services area", 2011, blz. 3 (http://www.beuc.org/publications/2011-09879-01-e.pdf).

[52] Zie bijvoorbeeld het voorbeeld in punt 2.1.

[53] De raadpleging over geoblocking loopt tot en met 28 december 2015 (zie https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/geoblocksurvey2015/).

Vragen

14. *Wat kan er worden gedaan om ongerechtvaardigde discriminatie op grond van woonplaats in de financiële retailsector, met inbegrip van verzekeringen, te beperken?*

Verhogen van de overdraagbaarheid van producten

> Ik wil naar een andere lidstaat verhuizen om daar te gaan werken. Ik heb al lang een particuliere ziektekostenverzekering in mijn lidstaat van herkomst maar kan deze niet meenemen en moet een nieuwe particuliere ziektekostenverzekering afsluiten. Ik heb ontdekt dat mijn premies in de nieuwe lidstaat aanzienlijk hoger zijn omdat de verzekering is gebaseerd op de meest recente gezondheidsinformatie in plaats van op mijn voorgeschiedenis.

Burgers die naar een andere lidstaat verhuizen kunnen mogelijk niet langer profiteren van in de lidstaat van herkomst verworven financiële producten en worden mogelijk uitgesloten van de financiële sector in hun nieuwe lidstaat van verblijf. Deze situatie is bijzonder belastend voor consumenten die minder goed zijn uitgerust om te onderhandelen met dienstverleners in de nieuwe lidstaat van verblijf of voor burgers die frequent een beroep moeten doen op financiële producten die ze gedurende langere tijd hebben opgebouwd, zoals een particuliere ziektekostenverzekering.

Voor particuliere ziektekostenverzekeringen blijkt dat er contractuele voorwaarden worden gebruikt die het recht op voordelen beperken tot de lidstaat waar de verzekeringnemer zijn gewone verblijfplaats heeft op het moment van het sluiten van de verzekeringsovereenkomst. De gewone verblijfplaats kan na verloop van tijd veranderen. Als ze naar een andere lidstaat verhuizen, kunnen verzekeringsnemers daardoor mogelijk niet rekenen op hun bestaande polis om terugbetalingen van kosten voor ziekenhuisbehandelingen te vorderen of om in het buitenland van hun particuliere pensioen te genieten. Dit treft vooral oudere mensen die vaak hogere verzekeringspremies voor ziektekosten of langdurige zorg betalen.

Consumenten lopen tegen specifieke problemen aan wanneer ze proberen een ouderdomsverzekering te claimen. Polishouders ondervinden aanzienlijke moeilijkheden bij het in overeenstemming brengen van overlappende en tegenstrijdige fiscale regelingen; daarnaast beperken veel levensverzekeringspolissen de verzekering zodat deze alleen geldt in de lidstaat waar de verzekeringnemer zijn gewone verblijfplaats heeft[54]. Dergelijke beperkingen verminderen de keuze van de consument en de grensoverschrijdende concurrentie en vormen ook een ernstige belemmering voor consumenten die naar een andere lidstaat verhuizen. Deze belemmeringen treffen het zwaarst de EU-burgers die zich na hun pensionering in een andere lidstaat willen vestigen.

Vragen

15. *Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om de overdraagbaarheid van financiële retailproducten, zoals levensverzekeringen en particuliere ziektekostenverzekeringen, te vergemakkelijken?*

[54] Voor particuliere pensioenen wordt het probleem aangepakt als onderdeel van het werk van de Commissie met betrekking tot de kapitaalmarktenunie.

Vergemakkelijken van toegang tot en erkenning van grensoverschrijdende beroepsaansprakelijkheidsverzekering

In sectoren waar de beroepsaansprakelijkheidsverzekering verplicht is[55], hebben dienstverleners vaak moeite om producten te verwerven die geldig zijn voor het grondgebied van meerdere lidstaten voor de levering van diensten. In de strategie voor de eengemaakte markt is aangekondigd dat de Commissie de marktontwikkelingen met betrekking tot de beschikbaarheid en wederzijdse erkenning van de verplichte beroepsaansprakelijkheidsverzekering zal herzien en, indien nodig, maatregelen zal nemen met betrekking tot de verzekeringseisen voor zakelijke dienstverlening en in de bouwsector.

Vragen

16. *Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om de toegang voor dienstverleners tot de verplichte beroepsaansprakelijkheidsverzekering en de grensoverschrijdende erkenning ervan te vergemakkelijken?*

3.1.3 Met vertrouwen profiteren van kansen elders in Europa

Ik heb een geweldig aanbod voor een lening in een andere lidstaat gevonden, met een veel lager tarief dan mijn plaatselijke alternatieven. De verleiding was groot, maar ik was bezorgd over de gevolgen als er iets mis zou gaan met het product. In plaats daarvan heb ik dus maar een duurder product op de lokale markt gekocht.

Consumenten moeten weten dat ze vóór en na de aankoop van een financieel retailproduct voldoende beschermd zijn, ongeacht waar in de Unie ze het kopen[56].

Stimuleren van de vergelijkbaarheid en het begrip van de consument door verbeterde informatieverschaffing

Consumenten hebben gemakkelijk te begrijpen informatie nodig. De informatie moet duidelijk zijn en zich concentreren op de elementen die de consument helpen een product volledig te begrijpen; ze moet ook rekening houden met het consumentengedrag. Financiële educatie kan helpen, maar wanneer de consument een product aankoopt, moet hij weten hoeveel hem in rekening wordt gebracht, door wie dit gebeurt en welk voordeel hij door dit product behaalt. De consument moet de kosten en baten kunnen vergelijken om een effectieve keuze te maken. Onder andere consumentenorganisaties spelen een belangrijke rol in het delen en verspreiden van onpartijdige beoordelingen van financiële producten.

Elke maatregel op dit gebied kan voortbouwen op de inspanningen die de afgelopen jaren zijn gedaan om te garanderen dat informatieverschaffing effectief, transparant en vergelijkbaar is. In de afgelopen jaren hebben een aantal EU-maatregelen dit probleem aangepakt, zoals de

[55] Volgens artikel 23, lid 1, van de dienstenrichtlijn mogen lidstaten vereisten dat dienstverleners een beroepsaansprakelijkheidsverzekering afsluiten of een andere vorm van financiële zekerheid verschaffen. (Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt, PB L 376 van 27.12.2006, blz. 36).

[56] De Eurobarometer-enquête 373 over financiële retaildiensten, blz. 42, vestigt de aandacht op "het niet hebben van duidelijke informatie" (29 %), "niet weten wat uw rechten zijn indien er problemen zijn" (28 %) en "minder consumentenbescherming in andere EU-lidstaten" als de zorgen bij het aankopen in een andere lidstaat.

richtlijn hypothecair krediet, de richtlijn consumentenkrediet, de richtlijn inzake betaalrekeningen, de richtlijn betreffende instellingen voor collectieve belegging in effecten (icbe's)[57], MiFID II, de PRIIP's-verordening[58] en, voor niet-levensverzekeringen, de richtlijn verzekeringsdistributie. Voor verkoop op afstand (bv. online) van financiële diensten aan consumenten zijn in de richtlijn betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten informatievereisten vastgesteld. In het KMU-actieplan vraagt de Commissie de Europese toezichthoudende autoriteiten om te werken aan de transparantie van langetermijnretail- en -pensioenproducten, met inbegrip van de werkelijke nettoresultaten en kosten. Daarnaast bieden de digitalisering en de opkomst van nieuwe producten en nieuwe digitale kanalen mogelijkheden om verder te onderzoeken hoe de communicatie van bedrijven met hun klanten, met inbegrip van de door de EU-wetgeving en de nationale regelgeving voorgeschreven vereisten van openbaarmaking, het best kan werken in het belang van de consument en hen kan helpen begrip van en vertrouwen in de producten die ze kopen te krijgen.

Vragen

17. *Zijn er verdere maatregelen op EU-niveau nodig om de transparantie en vergelijkbaarheid van financiële producten (met name door middel van digitale oplossingen) te verbeteren om het consumentenvertrouwen te versterken?*

Verbeteren van verhaalmogelijkheden voor financiële retaildiensten

Consumenten vinden het vaak moeilijk om in grensoverschrijdende situaties een adequaat verhaalmechanisme te vinden en dit kan hen ervan weerhouden financiële producten in andere lidstaten te kopen.

Om consumenten in dergelijke situaties te helpen, heeft de Commissie in 2001 het netwerk voor de beslechting van financiële geschillen (FIN-NET) opgericht, dat het oplossen van grensoverschrijdende geschillen op het gebied van financiële diensten moet vergemakkelijken[59]. Dit vrijwillige en informele netwerk brengt ombudsmannen, bemiddelaars, arbiters en andere regelingen uit de EU samen. Leden van FIN-NET hebben een reeks verschillende bevoegdheden en benaderingen, variërend van verplichte deelname en verplichte naleving van de besluiten van de partijen tot vrijwillige deelname aan arbitrageprocedures. Dit netwerk beslaat momenteel noch alle lidstaten noch alle gebieden van de financiële sector van elk land[60].

Om consumenten meer vertrouwen te geven bij grensoverschrijdende aankopen van producten, moet FIN-NET worden verbeterd en moet voor alle leden worden vermeld dat ze

[57] Richtlijn 2009/65/EG, zoals laatstelijk gewijzigd bij Richtlijn 2014/91/EU van het Europees Parlement en de Raad van 23 juli 2014 tot wijziging van Richtlijn 2009/65/EG tot coördinatie van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen betreffende bepaalde instellingen voor collectieve belegging in effecten (icbe's) wat bewaartaken, beloningsbeleid en sancties betreft (PB L 257 van 28.8.2014, blz. 186).

[58] Verordening (EU) nr. 1286/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 26 november 2014 over essentiële-informatiedocumenten voor verpakte retailbeleggingsproducten en verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten (PRIIP's) (PB L 352 van 9.12.2014, blz. 1).

[59] Voor meer informatie zie http://ec.europa.eu/finance/fin-net/index_en.htm

[60] FIN-NET heeft momenteel 57 leden uit 22 lidstaten en de 3 EER-landen (Noorwegen, IJsland en Liechtenstein).

voldoen aan de bindende kwaliteitseisen voor entiteiten voor "alternatieve geschillenbeslechting" op grond van de richtlijn betreffende alternatieve beslechting van consumentengeschillen (richtlijn ADR consumenten)[61]. Om te profiteren van een versterkt FIN-NET moeten meer consumenten op de hoogte zijn van het bestaan van het netwerk. Hoewel FIN-NET in 2014 meer dan 3 500 grensoverschrijdende gevallen heeft behandeld, is FIN-NET over het algemeen weinig bekend. De Commissie zal onderzoeken of het verhogen van de bekendheid van FIN-NET een eerste prioriteit moet zijn. Op de lange termijn en indien grensoverschrijdende integratie aanzienlijk toeneemt, kan het nodig zijn om te overwegen aanvullende maatregelen te nemen om het ADR-systeem voor financiële retaildiensten nog verder te verbeteren op basis van de ervaringen die met de uitvoering van de richtlijn ADR consumenten zijn opgedaan.

In 2013 heeft de Commissie de aanbeveling over collectief verhaal aangenomen[62]. Die aanbeveling roept lidstaten op collectieve verhaalmechanismen in te voeren voor schendingen van aan het EU-recht ontleende rechten, onder meer op het gebied van financiële diensten. Collectieve verhaalmaatregelen blijken een effectief instrument te zijn om de consumentenbelangen in de financiële dienstverlening te verdedigen[63]. De Commissie beoordeelt de tenuitvoerlegging van de aanbeveling op basis van praktische ervaringen tegen juli 2017.

Vragen

18. *Moeten maatregelen worden genomen om de bekendheid van FIN-NET bij de consument en de effectiviteit ervan in het kader van de uitvoering van de richtlijn betreffende alternatieve beslechting van consumentengeschillen te verhogen?*
19. *Hebben consumenten voldoende toegang tot financiële compensatie in het geval van misleidende verkopen van financiële retailproducten en verzekeringen? Zo niet, wat kan er worden gedaan om dit te veranderen?*

Beschermen van slachtoffers bij faillissement van motorverzekeraars

Consumenten die het slachtoffer zijn van een auto-ongeval in een andere lidstaat lopen het risico dat ze geen compensatie ontvangen als de aansprakelijke verzekeraar failliet gaat. Nog niet alle lidstaten nemen deel aan de vrijwillige overeenkomst om schadeloosstelling van slachtoffers te waarborgen indien een ongeval in een lidstaat wordt veroorzaakt door een voertuig dat verzekerd is bij een failliete verzekeraar in een andere lidstaat. Bij een recent faillissement van een verzekeraar die grensoverschrijdende autoverzekeringen afsloot, moest een garantiefonds in een andere lidstaat ongeveer 1 750 rechthebbenden compenseren.

Vragen

[61] Richtlijn 2013/11/EU van het Europees Parlement en de Raad van 21 mei 2013 betreffende alternatieve beslechting van consumentengeschillen en tot wijziging van Verordening (EG) nr. 2006/2004 en Richtlijn 2009/22/EG (PB L 165 van 18.6.2013, blz. 63).
[62] Aanbeveling van de Commissie van 11 juni 2013 over gemeenschappelijke beginselen voor mechanismen voor collectieve vorderingen tot staking en tot schadevergoeding in de lidstaten betreffende schendingen van aan het EU-recht ontleende rechten (PB L 201 van 26.7.2013, blz. 60).
[63] Zie bijvoorbeeld collectieve verhaalmaatregelen die zijn geïntroduceerd ten aanzien van levensverzekeringsproducten in Frankrijk en met betrekking tot preferente aandelen en financiële piramidespelen in Spanje.

20. *Zijn er maatregelen nodig om ervoor te zorgen dat slachtoffers van auto-ongevallen gedekt zijn door garantiefondsen uit andere lidstaten in geval dat de verzekeraar failliet gaat?*

Verhogen van transparantie en vergelijkbaarheid van aanvullende verzekering

> Toen ik mijn huurauto ging ophalen, werd ik verzocht een aanzienlijk bedrag te betalen voor een aanvullende verzekering bovenop de basishuurprijs en mijn huidige verzekering.

Consumenten worden vaak niet ingelicht over de kosten of de waarde van de aanvullende verzekeringsproducten en worden mogelijk met hoge prijzen geconfronteerd als gevolg van een gebrek aan concurrentie en informatieverstrekking. Een voorbeeld daarvan is de autoverhuursector: in 2014 ging 44,7 % van de 1 758 gerapporteerde consumentenklachten met betrekking tot autoverhuur over aanvullende kosten (bv. in verband met schade en extra diensten, zoals verzekeringsproducten die bij het boeken niet waren vermeld)[64]. Voor verzekeringsproducten, met inbegrip van producten in aanvulling op een ander product, versterkt de richtlijn verzekeringsdistributie de informatieverplichtingen (hoewel niet over prijsstelling) om benadeling van de consument te voorkomen. Verder kwamen vijf grote autoverhuurbedrijven op 4 juli 2015 overeen om te herzien hoe ze omgaan met consumenten en om bij de boeking betere informatie te verstrekken over optionele vrijstellingen en verzekeringsproducten[65].

Vragen

21. *Welke andere maatregelen kunnen genomen worden om de transparantie over aanvullende verzekeringsproducten te verbeteren en ervoor te zorgen dat consumenten goed geïnformeerde beslissingen kunnen nemen om deze producten te kopen? Zijn volgens u specifieke maatregelen nodig in de autoverhuursector ten aanzien van aanvullende producten?*

3.2 Nieuwe marktkansen voor leveranciers creëren

Dienstverleners ondervinden moeilijkheden wanneer ze grensoverschrijdende zaken willen doen zonder eerst een filiaal of dochteronderneming in een andere lidstaat te openen. Vaak bieden ze hun producten daarom niet in andere lidstaten aan, noch zorgen ze ervoor dat ze overdraagbaar zijn. In dit punt wordt nagegaan hoe de Commissie kan helpen om de kosten en risico's van de grensoverschrijdende financiële dienstverlening te verlagen, om dit voor bedrijven mogelijk te maken en de concurrentie en de keuze van de consument in de EU te verhogen.

---

[64] Autoverhuur: Kerngegevens van de databank behandelde zaken van het Europese consumentencentrum (http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/cross-border_enforcement_cooperation/docs/car_rental_version2_en.pdf).

[65] Europese Commissie, "Betere bescherming van de consument bij het huren van auto's", (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/150713_en.htm).

3.2.1 Inspelen op de uitdagingen en kansen van digitalisering

Wanneer bedrijven digitaliseren, krijgen ze meer mogelijkheden om contact te houden met hun klanten. Ze lopen echter ook tegen veel uitdagingen aan. Het kan blijken dat het voor diensten die in het verleden in persoon werden verleend moeilijker is om ze nu op afstand of grensoverschrijdend – door middel van digitalisering – te verlenen. In dit punt worden deze problemen en de behoefte aan EU-maatregelen om ze te verminderen onderzocht, naast de werkzaamheden die voortvloeien uit het initiatief voor de digitale eengemaakte markt van de Commissie. Dit gebied was ook van bijzonder belang voor deelnemers in de sector[66].

Bedrijven helpen beter gebruik te maken van digitalisering

Door de snelle evolutie van de digitalisering zijn sommige concurrerende, consumentvriendelijke ontwikkelingen niet mogelijk of worden ze gehinderd door wettelijke of andere regelingen die daarmee geen rekening houden. De Commissie is geïnteresseerd in de vraag hoe innovatieve, consumentvriendelijke diensten op Europees niveau gestimuleerd kunnen worden en hoe versnippering tussen de binnenlandse markten voorkomen kan worden.

Vragen

22. Wat kan er op EU-niveau worden gedaan om bedrijven te ondersteunen bij het creëren en verlenen van innovatieve digitale financiële diensten in heel Europa, met passende niveaus van beveiliging en consumentenbescherming?

Mogelijk maken van elektronische handtekeningen en identiteitscontroles

Een bank biedt een relatief hoge rente en wordt benaderd door consumenten uit andere lidstaten die er hun geld willen storten. De bank moet haar klanten echter identificeren om te voldoen aan de antiwitwasbepalingen; dit is echter moeilijk op afstand en dus moet zij hun identiteit in een filiaal controleren. Consumenten hebben er geen tijd of geld voor over om naar een van haar filialen te reizen en besluiten hun geld daar dus niet te storten.

Uit feedback van bedrijven blijkt dat de ken-uw-klantvereisten van de antiwitwaswetgeving hun vermogen beperken om op afstand zakelijke relaties met klanten aan te gaan en te onderhouden. Deze belemmering is ook bevestigd in de studie van de Commissie over de richtlijn betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten[67]. Dit kan invloed hebben op vele financiële diensten, maar vooral op spaar- en beleggingsproducten[68].

[66] Zie bijvoorbeeld het rapport van de Europese Federatie van banken, "Driving the Digital Transformation", (http://www.ebfdigitalbanking.eu/).

[67] Analyse van de economische impact van Richtlijn 2002/65/EG betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten over het afsluiten van grensoverschrijdende contracten voor financiële diensten tussen leveranciers en consumenten in de interne markt, eindverslag (http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/final_rep_financial_services_2009.pdf).

[68] Opgemerkt wordt dat eerder dit jaar de vierde antiwitwasrichtlijn werd goedgekeurd. Deze voorziet in een op risico gebaseerde benadering die zorgt voor meer flexibiliteit om rekening te kunnen houden met specifieke nationale kenmerken en de omstandigheden van individuele zakelijke relaties of transacties. Zie Richtlijn (EU) 2015/849 van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 2015 inzake de voorkoming van het gebruik van

Deze ken-uw-klantvereisten bestaan doorgaans uit het indienen van documenten uit meerdere bronnen die de identiteit van de cliënt verifiëren, evenals een bevestiging in persoon. De precieze eisen verschillen per lidstaat; sommige lidstaten staan (onder bepaalde voorwaarden) verificatie van informatie op afstand toe, bijvoorbeeld door middel van webcams en gescande documenten, terwijl andere de verificatie van originele documenten door een derde laten uitvoeren, bv. instellingen als postkantoren. Niet alle lidstaten hebben dergelijke opties waardoor de regelingen voor het samenwerken met derden niet altijd toegankelijk zijn voor ondernemingen die grensoverschrijdende producten leveren.

Sommige lidstaten beperken ook het gebruik van op afstand ondertekende contracten, waardoor de mogelijkheden van grensoverschrijdende aanbieders om zakelijke relaties met nieuwe klanten aan te gaan verder worden belemmerd. Dit legt ernstige beperkingen op aan de verkoop van producten aan klanten op afstand en kan een onevenredig effect op grensoverschrijdende zaken hebben. De eIDAS-verordening[69] is veelbelovend op dit gebied; ze levert een oplossing voor grensoverschrijdend gebruik van e-identificatie en van elektronische vertrouwensdiensten – elektronische handtekeningen, elektronische zegels, tijdstempels, geregistreerde bezorgdiensten en website-authenticatie. Ze moet bedrijven in staat stellen klanten gemakkelijker op afstand te identificeren of sterke authenticatie van partijen bij betalingstransacties te hanteren in het kader van de herziene richtlijn betalingsdiensten. In dit kader is de financiële sector aangemerkt als een van de sectoren die het meest baat hebben bij e-identificatie-oplossingen.

Op dit gebied zijn de mogelijkheden voor verbetering aanzienlijk. De uitbreiding van maatregelen voor verificatie op afstand die momenteel in sommige lidstaten worden aangeboden en het succesvolle gebruik van eIDAS kunnen helpen een grote hinderpaal voor grensoverschrijdende dienstverlening te verwijderen. Andere oplossingen zijn bijvoorbeeld het verwijderen van administratieve beperkingen op contracten op afstand, het ontwikkelen van verdere e-identiteitsregelingen, het uitbreiden van derdenmaatregelen voor identiteitsverificatie of het toestaan van de overdracht van klantenverificaties tussen aanbieders. Dergelijke oplossingen mogen uiteraard de doeltreffendheid van de EU-maatregelen tegen het witwassen van geld of het financieren van illegale activiteiten niet ondermijnen.

Vragen

23. *Zijn er verdere maatregelen nodig om de toepassing van de antiwitwaswetgeving op EU-niveau te verbeteren, met name om te zorgen dat dienstverleners klanten op afstand kunnen identificeren, en tegelijkertijd de normen van het huidige kader te handhaven?*

het financiële stelsel voor het witwassen van geld of terrorismefinanciering, tot wijziging van Verordening (EU) nr. 648/2012 van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 2005/60/EG van het Europees Parlement en de Raad en Richtlijn 2006/70/EG van de Commissie (PB L 141 van 5.6.2015, blz. 73).

[69] Verordening (EU) nr. 910/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 23 juli 2014 betreffende elektronische identificatie en vertrouwensdiensten voor elektronische transacties in de interne markt en tot intrekking van Richtlijn 1999/93/EG (PB L 257 van 28.8.2014, blz. 73).

24. Zijn er, ook wat beveiligingsnormen betreft, verdere maatregelen nodig om de opname en het gebruik van e-identificatie en e-handtekeningen bij financiële retaildiensten te bevorderen?

Verbetering van toegang tot en gebruiksvriendelijkheid van financiële gegevens

Een kredietverlener wordt gecontacteerd door een consument uit een andere lidstaat om een lening aan te vragen. Wanneer hij echter probeert diens kredietwaardigheid te beoordelen, blijkt er slechts beperkte informatie beschikbaar te zijn omdat hij in een andere lidstaat woont. De kredietverlener kan de verstrekte informatie niet onderbouwen en besluit dus geen lening te verstrekken.

Zonder toegang tot de gegevens van de consument is het voor bedrijven moeilijk om financiële producten (met name kredieten of verzekeringen) op andere markten te leveren omdat ze de risico's waaraan ze worden blootgesteld, niet kunnen beoordelen. Bovendien zijn ze niet in staat de risico's te beoordelen van mobiele consumenten wier gegevens in een andere lidstaat zijn opgebouwd. Met de toename van de digitalisering neemt ook de vraag van ondernemingen naar gegevens toe naarmate ze geavanceerdere methoden gebruiken om de prijs van hun producten te bepalen. Tegelijkertijd zijn klantgegevens in sommige gevallen de prijs voor ogenschijnlijk gratis aanbiedingen van digitale dienstverleners, omdat die bedrijven deze klantgegevens zelf verwerken en voor marketingdoeleinden gebruiken of aan andere bedrijven doorverkopen.

Op grond van de richtlijn consumentenkrediet en de richtlijn hypothecair krediet hebben kredietverleners het recht om op niet-discriminerende basis kredietdatabanken in andere lidstaten te raadplegen om de kredietwaardigheid van potentiële klanten te beoordelen. Bedrijven lopen echter nog steeds tegen problemen aan wanneer ze proberen deze gegevens te gebruiken omdat de technieken voor de verzameling, de distributie en het gebruik ervan nog steeds zeer divers zijn in de EU en de meningen verschillen over welke gegevens relevant zijn voor de beoordeling van de kredietwaardigheid. Bepaalde kredietregisters houden zich bijvoorbeeld alleen bezig met "negatieve" rapportage van gegevens[70], terwijl andere databanken ook "positieve" gegevens bevatten[71]. Dit betekent dat de toegang tot en het gebruik van deze gegevens een uitdaging kan zijn en dat veel bedrijven het moeilijk vinden om rendabele grensoverschrijdende diensten te verlenen. Private overeenkomsten voor het grensoverschrijdend delen van kredietgegevens zijn een initiatief van de Association of Consumer Credit Information Suppliers (ACCIS)[72], maar deze verbinden momenteel alleen de kredietregisters van een beperkt aantal lidstaten. Tegelijkertijd verzamelen private kredietregisters vaak meer gegevens dan nodig voor een kredietwaardigheidsbeoordeling of gegevens die niet noodzakelijk relevant zijn voor een kredietwaardigheidsbeoordeling.

Naargelang de financiële sector gebruikmaakt van digitalisering passen verzekeringsmaatschappijen en andere financiële dienstverleners moderne IT-technologieën en "big data"-analyse toe om klantgerichtere verzekeringsproducten aan te bieden met een

[70] Kredieten worden pas gerapporteerd wanneer de consument er niet in is geslaagd om aan zijn betalingsverplichtingen te voldoen.
[71] Elk krediet is geregistreerd. Gegevens over andere soorten verbintenissen kunnen ook worden gemeld.
[72] Meer informatie over ACCIS is te vinden op http://www.accis.eu/

aangepaste risicoprijsstelling waarvoor nauwgezette, gegevensintensieve monitoringmethoden zoals telematicatoestellen worden gebruikt. Het toegenomen gebruik van gegevens biedt grote mogelijkheden om voor veel consumenten de prijzen te verlagen, maar deze praktijken geven ook aanleiding tot bezorgdheid over privacy en gegevensbescherming waarmee rekening moet worden gehouden.

Consumenten willen ook profiteren van de toegenomen beschikbaarheid van gegevens wanneer ze een beroep doen op een positief schadeverleden of een bonus-malusstatus. De richtlijn motorrijtuigenverzekering[73] geeft polishouders momenteel het recht om op elk gewenst moment een verklaring over het schadeverloop voor de afgelopen vijf jaar op te vragen bij hun verzekeraar, maar in de praktijk vertaalt dit zich niet vaak in lagere premies bij het afsluiten van een nieuw verzekeringscontract. De redenen hiervoor zijn onder andere de uiteenlopende methoden van de berekening van verminderingen, met inbegrip van de verschillende perioden die door dergelijke verklaringen worden gedekt, een gebrek aan vertrouwen in niet-geharmoniseerde verklaringen van verzekeraars en verschillende risicofactoren waarmee ze rekening houden bij het bepalen van premies.

<u>Vragen</u>

25. *Welke gegevens zijn volgens u nodig voor de beoordeling van de kredietwaardigheid?*
26. *Vereist het toegenomen gebruik van persoonlijke financiële en niet-financiële gegevens door bedrijven (waaronder van oudsher niet-financiële ondernemingen) verdere maatregelen om de dienstverlening te vergemakkelijken of de consumentenbescherming te waarborgen?*
27. *Moeten de eisen betreffende de vorm, inhoud of toegankelijkheid van de verklaring over het schadeverloop worden versterkt (bijvoorbeeld met betrekking tot de betrokken periode of inhoud) om ervoor te zorgen dat bedrijven in staat zijn grensoverschrijdende diensten te verlenen?*

<u>Vergemakkelijken van het verlenen van klantenservice</u>

Een verzekeraar wil een inboedelverzekering online aanbieden in een andere lidstaat; dit vereist echter de investering in een klantendienst in de lokale taal. Hij denkt niet dat hij voldoende zaken zal doen om de betrokken uitgaven te rechtvaardigen.

Na een verkoop hebben bedrijven verplichtingen tegenover hun klanten; de nakoming daarvan op afstand kan een hele uitdaging zijn. Het beantwoorden van vragen, het beoordelen van en voldoen aan verzekeringsclaims, het bespreken van problemen met de klant en de aanpak van klachten vereisen doorgaans een manuele interventie door medewerkers van een bedrijf of schadebehandelaars van een verzekeringsonderneming. Hoewel dit op afstand wel mogelijk is, kan het aanzienlijke investeringen vereisen van een onderneming, met name wanneer het vereist is diensten in een andere taal te verlenen. Dit probleem treft vooral verzekeraars vanwege hun schadeafhandelingsverplichtingen, waarvoor de aanwezigheid van een

[73] Richtlijn 2009/103/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 september 2009 betreffende de verzekering tegen de wettelijke aansprakelijkheid waartoe de deelneming aan het verkeer van motorrijtuigen aanleiding kan geven en de controle op de verzekering tegen deze aansprakelijkheid (PB L 263 van 7.10.2009, blz. 11).

vertegenwoordiger van de onderneming (zoals een filiaal of dochteronderneming) in dezelfde lidstaat als de klant cruciaal lijkt te zijn. Hoewel er mogelijkheden zijn om dit te ondervangen door middel van uitbesteding of outsourcing aan derden, zijn deze opties niet altijd beschikbaar of aantrekkelijk, vooral gezien de noodzaak om toezicht te houden op contractanten die namens een onderneming optreden.

Vragen

28. *Zijn er verdere maatregelen nodig om bedrijven te ondersteunen bij het leveren van postcontractuele diensten in een andere lidstaat zonder een dochteronderneming of filiaal?*

Convergeren van procedures voor persoonlijke insolventie, taxatie van onroerende goederen en afdwingen van zekerheden

> Een kredietverlener wordt benaderd door een consument in een andere lidstaat, die geïnteresseerd is in zijn lage vaste tarieven voor woninghypotheken. Hij is echter sceptisch over hoe de waarde van onroerende goederen in andere lidstaten wordt getaxeerd en hoe hij indien nodig de garantie zou kunnen afdwingen. Hij kan geen lening aan een dergelijke consument verstrekken.

Mogelijk durven kredietverleners geen grensoverschrijdende kredieten te verlenen omdat ze onvoldoende kennis hebben van de toepasselijke regelingen inzake persoonlijke insolventie in andere lidstaten (waar zulke regelingen bestaan). In het KMU-actieplan wordt een aantal stappen genomen naar meer convergentie op bepaalde gebieden van regelingen inzake insolventie van ondernemingen in de 28 lidstaten, zoals vroege herstructurering en verbeterde effectiviteit van het beheer van grensoverschrijdende procedures inzake insolventie van ondernemingen. Toch zijn er nog steeds aanzienlijke verschillen ten aanzien van regelingen inzake persoonlijke insolventie in de EU. Dit levert extra risico's op voor bedrijven die grensoverschrijdende zakelijke relaties willen aangaan met klanten, met name met betrekking tot kredietverlening. Zolang kredietverleners de uitkomst van een insolventieprocedure en de terugnemingswetgeving niet kunnen overzien, hebben ze er geen vertrouwen in om aan particulieren krediet te verlenen. Wetten en praktijken van de lidstaten betreffende faillissementen en insolventie van ondernemingen en persoonlijke overmatige schuldenlasten zijn momenteel het voorwerp van twee studies die in 2016 worden afgerond.

Ook een duidelijk inzicht in de waarde van een woning is van essentieel belang voor kredietverleners om zekerheid te hebben over de waarde van het onderpand in geval van wanbetaling. Hoewel alle lidstaten op grond van de richtlijn hypothecair krediet betrouwbare normen voor de taxatie van onroerend goed moeten hebben, garandeert dit niet volledig de convergentie van normen op EU-niveau. Zonder volledige convergentie kunnen sommige kredietverleners nog steeds twijfelen over de waarde van een onderpand in een andere lidstaat.

Vragen

29. *Zijn er verdere maatregelen nodig om kredietverleners te stimuleren om hypotheken of leningen grensoverschrijdend aan te bieden?*

3.2.2 Naleving van de uiteenlopende wettelijke voorschriften in de lidstaten van ontvangst

De verschillen tussen de regelgevingsstelsels van de lidstaten hebben een belangrijke impact op de kosten en risico's van het verstrekken van grensoverschrijdende financiële retaildiensten. Hoewel er in de EU een zekere mate van juridische harmonisatie is als gevolg van wetgeving op EU-niveau zijn er juridische verschillen op het gebied van bijvoorbeeld het verbintenissenrecht en moeten bedrijven voldoen aan een aanzienlijk aantal wettelijke eisen in elke lidstaat.

Verschillende voorwaarden kunnen hun oorsprong vinden in specifieke aspecten van de financiële sector of juridische tradities in de lidstaten. Nationale regelgevingskaders verschillen aanzienlijk op het gebied van onder meer contracten, gegevensbescherming, consumentenbescherming, informatieverstrekking, antiwitwasmaatregelen en belastingen. Ten aanzien van het recht dat van toepassing is op de burgerrechtelijke aspecten van contracten wordt een onderscheid gemaakt tussen verzekeringsovereenkomsten en andere contracten. Voor verzekeringen is het toepasselijke recht in principe dat van het land waar het verzekerde risico is gelegen, vaak waar de verzekeringnemer zijn gewone verblijfplaats heeft[74]. De mogelijkheid van de partijen om een ander recht te kiezen is sterk afgebakend. Voor andere met consumenten gesloten contracten kunnen de partijen ervoor kiezen het verbintenissenrecht van de lidstaat van de verkoper toe te passen op grensoverschrijdende transacties, wat in sommige gevallen de juridische nalevingskosten voor bedrijven kan verminderen; waar de verkoper echter activiteiten verricht in of activiteiten richt op de lidstaat waar de consument zijn gewone verblijfplaats heeft, doet een dergelijke keuze geen afbreuk aan de bescherming van de consument door het recht van de lidstaat van laatstgenoemde[75].

Deze verschillen leveren aanzienlijke kosten en risico's op voor bedrijven die zaken willen doen met consumenten in een andere lidstaat. De gemiddelde kosten in verband met het verbintenissenrecht voor niet-financiële zaken worden geschat op ongeveer 10 000 EUR voor elke lidstaat[76]. Financiële ondernemingen krijgen in elke lidstaat te maken met aanzienlijke aanvullende kosten bovenop dit cijfer als gevolg van de specifieke wetten en regels die van toepassing zijn op de sector[77]. Eisen en kosten kunnen ook verschillen afhankelijk van de vraag of een onderneming actief is op basis van de vrijheid van vestiging (met fysieke aanwezigheid) of het vrij verrichten van diensten (inclusief online). Een dienstverlenende

[74] Zie artikel 7 van Verordening (EG) nr. 593/2008 van het Europees Parlement en de Raad van 17 juni 2008 inzake het recht dat van toepassing is op verbintenissen uit overeenkomst (Rome I), PB L 177 van 4.7.2008, blz. 6.

[75] Zie artikel 3, artikel 4, onder b), en artikel 6 van Rome I; Mededeling van de Commissie – Strategie voor een digitale eengemaakte markt voor Europa, blz. 11 (http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf).

[76] Europese Commissie, persbericht: Gemeenschappelijk Europees kooprecht, blz. 2 (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/i11_1175_nl.pdf).

[77] De deskundigengroep van de Commissie inzake Europees verzekeringsovereenkomstenrecht merkte onlangs op dat sommige nationale eisen met betrekking tot de vorm van verzekeringscontracten duidelijk kosten met zich meebrengen voor bedrijven. Zie het eindverslag van de deskundigengroep van de Commissie inzake Europees verzekeringsovereenkomstenrecht op (http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report_en.pdf), blz. 90.

onderneming moet doorgaans voldoen aan slechts een deel van de regels van de lidstaat van ontvangst, bijvoorbeeld inzake gedrag of consumentenbescherming.

Het EU-recht van vestiging en dienstverlening is beschikbaar voor een aantal activiteiten[78] en biedt bedrijven met een vergunning in één lidstaat de mogelijkheid hun diensten in een andere lidstaat te verlenen met minder administratieve lasten en een minimum aan papierwerk. Het recht van vestiging en dienstverlening neemt echter de kosten voor de naleving van de wetgeving niet weg en bestrijkt niet alle producten. Andere mogelijke methoden om stapsgewijs de kosten en risico's in verband met uiteenlopende wettelijke vereisten te verminderen worden hieronder uiteengezet.

Het voor bedrijven makkelijker maken om te voldoen aan wettelijke vereisten die in andere lidstaten gelden

> Een online financieel platform ondervond problemen toen het probeerde spaarproducten in meerdere lidstaten aan te bieden. Het platform kreeg niet gemakkelijk toegang tot informatie en kreeg maar weinig constructieve steun van de autoriteiten van de lidstaten, ondanks de potentiële voordelen van zijn producten voor de consument. De nalevingskosten en juridische kosten ervan zijn hoog en hebben het aanbod minder aantrekkelijk gemaakt.

Lidstaten kunnen meer doen om bedrijven te helpen binnen het huidige rechtskader te werken en de naleving van de desbetreffende vereisten te vergemakkelijken wanneer deze diensten in andere lidstaten worden verleend. Het EU-brede Solvit-netwerk[79] helpt bedrijven die problemen ondervinden met overheden die de EU-wetgeving incorrect toepassen en "centrale contactpunten" helpen bedrijven met hun verplichtingen bij grensoverschrijdende dienstverlening[80]. Dergelijke initiatieven zouden naar financiële diensten en verzekeringen uitgebreid kunnen worden om de kosten en risico's te verminderen voor bedrijven die op de markten van andere lidstaten willen handelen.

De overheden of bevoegde nationale autoriteiten van de lidstaten kunnen dan verdere praktische hulp beschikbaar maken (bv. door middel van "één-loketten") voor grensoverschrijdende nalevingsprocedures. Dit zou ondersteuning bieden aan bedrijven die problemen ondervinden wanneer ze grensoverschrijdend zaken willen doen door de toekomstige vooruitgang van de integratie van de EU-markten te stimuleren en nieuwe technologieën en innovatieve, marktgestuurde oplossingen voor concurrentiekwesties te helpen ontwikkelen en verspreiden.

> Vragen
>
> 30. *Zijn er maatregelen op EU-niveau nodig om praktische hulp van de overheden of de nationale bevoegde instanties van de lidstaten beschikbaar te maken (bv. door middel van "één-loketten") om de grensoverschrijdende verkoop van financiële diensten te*

[78] Het betreft bedrijven zoals kredietinstellingen, verzekeringsmaatschappijen, verzekeringstussenpersonen en bemiddelaars voor hypothecair krediet.
[79] Meer informatie over het Solvit-netwerk is te vinden op de website (http://ec.europa.eu/solvit/).
[80] Meer informatie over de centrale contactpunten is te vinden op de website (http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/index_nl.htm). Deze entiteiten werden overeenkomstig de dienstenrichtlijn opgericht.

vergemakkelijken, met name voor innovatieve bedrijven of producten?

31. *Welke stappen zouden met name nuttig zijn om het voor bedrijven gemakkelijk te maken om te profiteren van de vrijheid van vestiging of het vrij verrichten van diensten voor innovatieve producten (zoals gestroomlijnde samenwerking tussen de toezichthouders in het land van herkomst en die in het land van ontvangst)?*

Het creëren van autonome of beter geharmoniseerde EU-brede regelingen

Een verzekeraar biedt op de binnenlandse markt tegen een concurrerende prijs een eenvoudige levensverzekeringspolis aan die aan alle wettelijke en reglementaire vereisten voldoet. Hij heeft gezien dat de premies veel hoger liggen in andere lidstaten en ziet een zakelijke kans. Hij kan het product echter niet verkopen op andere markten omdat het ontworpen is om te voldoen aan de wet- en regelgeving in zijn land van herkomst.

In sommige gevallen is een apart rechtskader de beste manier om de productkeuze te verbreden terwijl de kosten voor het bedrijf worden verminderd en ervoor wordt gezorgd dat consumenten voldoende worden beschermd. Een toestemmingsregeling, die op vrijwillige basis wordt gebruikt, is een mogelijk kader voor identieke productkenmerken. Het voordeel ervan is dat deze zorgt voor standaardisatie tussen de lidstaten en veel nationale verschillen in regelgeving op sommige gebieden wegwerkt. Bovendien is het een nuttig middel om vergelijkbare en gemakkelijk te begrijpen financiële producten aan te bieden om zo het consumentenvertrouwen in grensoverschrijdend winkelen te verhogen. Het KMU-actieplan kondigt het voornemen van de Commissie aan om de argumenten voor een beleidskader voor een Europese markt voor eenvoudige, efficiënte en concurrerende persoonlijke pensioenen te beoordelen.

In 2015 werd Eiopa geraadpleegd over de oprichting van een gestandaardiseerd pan-Europees persoonlijk pensioenproduct (PEPP). Gezien de vergelijkbare kenmerken kan het werk van Eiopa dienen als basis voor het ontwikkelen van een toestemmingsregeling voor een pan-Europees levensverzekeringsproduct. Dit kan ook waardevol zijn voor andere producten.

Dergelijke resultaten kunnen ook worden bereikt door nationale regelingen en rechten nauwer op elkaar aan te sluiten om convergentie te stimuleren door middel van begeleiding, verbeterde vergelijkbaarheid of gestandaardiseerde praktijken, eventueel door de verdere ontwikkeling van bestaande of nieuwe regelingen voor vestiging en dienstverlening, de convergentie van toezichtsnormen (geleid door de Europese toezichthoudende autoriteiten) om problemen met toezichthouders van de landen van ontvangst te beperken. Het concept van regels betreffende het "algemeen belang"[81] in verzekeringen, die een uitzondering vormen op de fundamentele beginselen van het Verdrag met betrekking tot het vrije verkeer, zou baat hebben bij meer duidelijkheid. Inspiratie kan worden geput uit de richtlijn betreffende icbe's als een succesvol voorbeeld van een EU-brede regeling.

[81] Een lidstaat kan een beroep doen op het concept van het algemeen belang om de naleving van zijn eigen wetten af te dwingen bij een verzekeraar die op zijn grondgebied zijn bedrijf wil uitoefenen in het kader van het recht van vestiging of het beginsel van het vrij verrichten van diensten. De verzekeringsrichtlijnen leggen het concept van algemeen belang echter niet vast, maar het is beschreven in de Interpretatieve mededeling van de Commissie – Vrij verrichten van diensten en het algemeen belang in het verzekeringsbedrijf (PB C 43 van 16.2.2000, blz. 5) op basis van de door het Hof van Justitie vastgestelde eisen.

Vragen

32. *Voor welke financiële retaildiensten kunnen standaardisatie of toestemmingsregelingen het effectiefst zijn voor het wegwerken van verschillen in de wetgeving van de lidstaten?*
33. *Zijn er verdere maatregelen op EU-niveau nodig ten aanzien van het beginsel van de "locatie van het risico" in de verzekeringswetgeving en om de regels betreffende het "algemeen belang" in de verzekeringssector te verduidelijken?*

Hoofdstuk 4 Volgende stappen

Belanghebbenden wordt verzocht hun antwoorden op de vragen in dit groenboek vóór 18 maart 2016 in te zenden via de **onlinevragenlijst**: [Link].

Deze raadpleging volgt de normale regels van de Europese Commissie voor openbare raadplegingen. Reacties worden gepubliceerd, tenzij de respondenten het anders aangeven in de onlinevragenlijst. Om de raadpleging eerlijk en transparant te laten verlopen, accepteren wij alleen reacties via deze onlinevragenlijst. Met andere reacties zullen we geen rekening houden. Als u problemen heeft bij het invullen van deze vragenlijst, kunt u contact opnemen met [e-mailadres].

De algemene regels voor de bescherming van persoonsgegevens zijn te vinden op de Europa-website: http://ec.europa.eu/geninfo/legal_notices_nl.htm#personaldata. De specifieke privacyverklaring voor deze raadpleging is hier te vinden: [Link].

Geef aan of er belemmeringen zijn die niet in dit document worden besproken en of bepaalde van de beschreven belemmeringen in het bijzonder gevolgen hebben voor kleine en middelgrote ondernemingen.

Tijdens het raadplegingsproces zal de Europese Commissie:

- met het Europees Parlement overleg plegen om directe feedback van zijn leden te krijgen;
- de lidstaten verzoeken om raadplegingen en evenementen met het publiek en nationale parlementsleden te organiseren om de discussie over deze kwesties op nationaal niveau te bevorderen; en
- op een transparante en evenwichtige wijze workshops organiseren om specifieke technische deskundigen (zoals academici en marktdeelnemers) te raadplegen om over specifieke kwesties tot een weloverwogen oordeel te komen.

De Commissie beoogt de praktische voordelen van een eengemaakte markt voor financiële retaildiensten voor zoveel mogelijk Europese consumenten te maximaliseren door de markt open te stellen en beter te laten functioneren, zodat ze een grotere en betere keuze aan financiële producten hebben. Met de maatregelen trachten we ook een aantal praktische belemmeringen weg te nemen die bedrijven verhinderen hun diensten over de grenzen heen aan te bieden. De Commissie blijft zich richten op haar bredere doelstellingen van het beëindigen van ongerechtvaardigde geoblocking en andere vormen van discriminatie op grond van nationaliteit of woonplaats, het versterken van het consumentenvertrouwen in

passende verhaalmogelijkheden en het verbeteren van de toegang tot begrijpelijke, vergelijkbare en evenredige informatie over financiële retaildiensten.

De Commissie organiseert begin 2016 een conferentie om de resultaten van de raadpleging te onderzoeken en de in dit groenboek genoemde prioritaire gebieden te bespreken. De Commissie voorziet tegen de zomer van 2016 in de publicatie van een actieplan voor financiële retaildiensten.